

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

НУБІП України
ННІ неперервної освіти і туризму туризму
УДК005:338.48(072)

ПОГОДЖЕНО

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

НУБІП України
Директор ННІ неперервної освіти і туризму
Завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму

Ковальова О.В.

Левицька І.В.

(підпис)

(підпис)

«___» _____ 20__ р.

«___» _____ 20__ р.

НУБІП України
МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Управління розвитком спортивно- оздоровчого туризму в

Івано- Франківській області»

(виконану за матеріалами туристичного підприємства «Меридіан»)

НУБІП України
Спеціальність: 073 «Менеджмент»

Освітня програма: «Управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом»

Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

НУБІП України
Гарант освітньої програми
д.е.н., професор
Левицька І.В.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи:

НУБІП України
д.е.н., професор
Виконав
Бастюк Д. І.
Ковриженко А. Д.

(підпис)

(підпис)

НУБІП України
КНІВ-2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ННІ неперервної освіти і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

“ ” 00 2020р.

ЗАВДАННЯ

до виконання магістерської кваліфікаційної роботи студенту
Ковриженку Артему Дмитровичу

Спеціальність: **073 «Менеджмент»**

Освітня програма: **«Управління туристичним та готельно-ресторанним
бізнесом»**

Орієнтація освітньої програми: **освітньо-професійна**

**Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «Управління розвитком
спортивно-оздоровчого туризму в Івано-Франківській області»**

(виконану за матеріалами туристичного підприємства Оріон-Інтур, Івано-
Франківська обл.)

Затверджено наказом ректора НУБІП/України від 13.11.2020 р. №1785 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру: 15.11.2021р.

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: Інформаційною базою дослідження даної кваліфікаційної роботи є матеріали праць вітчизняних та зарубіжних вчених та науковців, матеріали наукових конференцій, періодичних видань та дані Інтернет – джерел з проблематики дослідження, статистичні дані, дані внутрішньої звітності ТОВ «Меридіан».

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні основи розвитку спортивно-оздоровчого туризму
2. Аналіз застосування спортивно-оздоровчих програм в туризмі
3. Удосконалення технологічного забезпечення розробки спортивно-оздоровчих програм в туризмі.

Дата видачі завдання “24” березня 2021 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи
д.е.н., професор д.е.н., професор

Басюк Д.І.

Завдання прийняв до виконання:

здобувач магістратури

Ковриженко А.Д.

РЕФЕРАТ

Ковриженко А.Д. Управління розвитком спортивно-оздоровчого туризму в Івано-Франківській області: магістр. Робота: спец. 073 «Менеджмент»/

Ковриженко Артем Дмитрович; НУБіП України. кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник. Басюк Д.І., д.е.н., професор. Київ, 2021. 91с.

Анотація. Досліджено ситуацію на ринку послуг спортивно-оздоровчого туризму у м. Яремче та с. Микуліяни; визначено, що підприємство діє на ринку з високим рівнем конкуренції, де ряд підприємств конкурують, як по рівню цін,

так і по рівню якості та об'єму наданих послуг. Запропоновано поглиблювати

роботу в окремих перспективних напрямках спортивно-оздоровчого туризму, таких як велотуризм, поєднуючи його або, інколи, замінюючи ним водний туризм, тимблдинг, як досить перспективний та прибутковий напрямок

корпоративного відпочинку. Запропоновано новий пригодницький спортивно-

оздоровчий тур, який орієнтований на досвідчених туристів, які мають достатній досвід у даному виді туризму та прагнуть чогось яскравішого, вимогливішого до фізичного стану та волевих якостей ніж вже існуючі на

підприємстві тури, а також на енергійних сучасних молодих людей, які дедалі

частіше прагнуть перевіряти свої вміння, мобілізувати внутрішні ресурси, співставляти власні.

Ключові слова: спортивно-оздоровчий туризм, спортивні тури, управління, велотуризм, рафтинг.

НУБІП України

НУБІП України

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ	7
1.1. Сутність і специфіка організації спортивно-оздоровчого туризму в Україні	7
1.2. Особливості планування спортивно-оздоровчих програм в туризмі	14
1.3. Технологія розробки спортивно-оздоровчого туру	21
Висновки до розділу 1	
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ПРОГРАМ В ТУРИЗМІ	30
2.1. Організаційно-економічна характеристика туристичної агенції «Меридіан»	30
2.2. Аналіз діяльності туристичної агенції «Меридіан»	39
2.3. Оцінка технологічного забезпечення спортивно-оздоровчих програм туристичної агенції «Меридіан»	49
Висновки до розділу 2	
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ПРОГРАМ В ТУРИЗМІ	57
3.1. Оптимізація технології розробки спортивно-оздоровчих програм у складі турпродукту туристичної агенції «Меридіан»	57
3.2. Обґрунтування та розробка ефективного спортивно-оздоровчого туру туристичної агенції «Меридіан»	61
3.3. Розрахунок вартості туру та заходів у спортивно-оздоровчому туризмі	78
Висновки до розділу 3	
ВИСНОВКИ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження даної теми полягає у виявленні способів покращення якості послуг у сфері спортивно-оздоровчого туризму, їхнього урізноманітнення, виявленні нових затребуваних на ринку турпродуктів, додаткових послуг, надання яких збільшило б прибуток підприємства, сформувало та закріпило лояльність споживачів до підприємства.

Туризм, як елемент економіки, має велике значення для значної кількості країн. В Україні, туризм, як економічний сектор, останнім часом набирає дедалі більшого значення, оскільки забезпечує необхідні фінансові ресурси для влаштування, розвитку інфраструктури міст, областей, підтримки та реконструкції архітектурних пам'яток, атрактивних об'єктів, подальшого розвитку туристичної сфери у країні загалом.

Досить популярним у світі, вже сформованим та всесвітньо визнаним є спортивний туризм. Спортивний туризм – вид туризму, при якому проходження певної дистанції, території, маршруту здійснюється активним способом, покладаючись на власні вольові і фізичні зусилля. Саме активна форма пересування на чистій або умовно чистій в екологічному плані території з гарними краєвидами дає значний оздоровчий ефект. Рухаючись цікавим, живописним туристичним маршрутом та реалізуючи власний фізичний потенціал, при цьому надміру не перевантажуючись, людина змінює звичну для неї діяльність та отримує задоволення, яке посилюється оздоровчим ефектом.

Даний вид туризму дозволяє отримувати, як фізичне, так і моральне задоволення.

З ростом популярності даного виду туризму у світі та в Україні зокрема, зростають і вимоги до рівня надання послуг, їхньої якості, оперативності, повноти відповідності потребам туристів. За останні роки спостерігається ріст рівня технічного обладнання, спорядження для спортивно-оздоровчого туризму активно модернізується, стає дедалі надійнішим, технологічнішим, легшим у використанні. Разом з тим розвиваються і технології проведення організаційно-розважальних заходів у сфері активного спортивно-оздоровчого туризму. Більш

детально враховуються побажання клієнта, цілі його поїздки, надається можливість проявити себе у повному обсязі, перевірити свої вміння, авантюризм, адаптивність. Значну частку даного виду туризму складає корпоративний відпочинок, який паралельно з реалізацією рекреаційної діяльності, згуртовує колектив, створює дружню атмосферу та довіру всередині нього, а також виявляє неформальних лідерів, рішучих та вмілих керівників.

Проблеми спортивно-оздоровчого туризму досліджувалися О. Апенянським, В. Федорченко, В. Ганопольським, І. Писаревським Л.

Оболенцевою, Т. Дьоровою та іншими. Історія туризму розглянута в працях В.

Абрамова, І. Андрухова, В. Кулікова, О. Короля, Н. Петрової, В. Явкіна та інших.

Метою кваліфікаційної магістерської роботи є дослідження сучасних напрямів розвитку спортивно-оздоровчого туризму та виявлення основних шляхів його удосконалення.

Для реалізації даної мети поставлено наступні завдання:

- визначити поняття спортивно-оздоровчого туризму, його особливості та цінність;

- визначити основні способи та особливості надання туристичних послуг у спортивно-оздоровчому туризмі та їх різноманітність;

- проаналізувати фінансову та статистичну звітність досліджуваного підприємства для оцінки ефективності його діяльності;

- проаналізувати ситуацію на ринку послуг спортивно-оздоровчого туризму у м. Яремче, визначити основних конкурентів у даному напрямку;

- удосконалити вже існуючі туристичні продукти та запропонувати нові популярні, прибуткові та затребувані на ринку тури спортивно-оздоровчого туризму.

Об'єктом дослідження було обрано мале колективне підприємство «Меридіан», яке спеціалізується на наданні послуг активного спортивно-оздоровчого туризму. На основі результатів даного дослідження розроблено певні рекомендації спрямовані на покращення діяльності підприємства, збільшення його

ефективності, закріплення конкурентних переваг, ріст обсягів продажу та прибутку.

Предметом дослідження є сучасні напрями розвитку спортивно-оздоровчого туризму.

Методи дослідження: порівняння, аналізу та синтезу, групування даних, перерахунок показників, графічний прийом аналізу, експертна оцінка та таблицний метод.

Для розробки теми дослідження використовувалися: рекомендована та додаткова література з теми, останні дослідження та публікації у сфері активного спортивно-оздоровчого та івентивного туризму, мережа Інтернет, статистична фінансова звітність підприємства, власний практичний досвід у даній сфері, та досвід отриманий у ході спілкування з фахівцями галузі.

Практичне значення одержаних результатів полягає у наданні рекомендацій, спрямованих на удосконалення спортивно-оздоровчих турів в Івано-Франківській області.

Структура роботи. Кваліфікаційна магістерська робота містить 90 сторінок, складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність і специфіка організації спортивно-оздоровчого туризму в Україні

У межах вітчизняної туристичної галузі чітко визначився окремий вид діяльності – спортивний туризм. Цей унікальний сегмент туризму виник на самодіяльних засадах з ініціативи туристів-аматорів. Він поєднує в собі спорт і відпочинок, виховує патріотизм і національну самосвідомість [4, с. 92]. Спортивний туризм має не лише велике соціальне значення, а й економічну ефективність [3, с. 34]. В усьому світі спостерігається стабільний ріст його популярності і, відповідно, підвищується його значимість для економіки.

У наш час туристській діяльності приділяється значна увага, як ефективному засобу, що забезпечує реалізацію специфічних функцій фізичної культури, створює умови для розвитку особистості, її підготовки до активної, повноцінної та ефективної життєдіяльності. Використання туризму, як засобу фізичного та морального відновлення потребує врахування попереднього вітчизняного досвіду, аналізу й подальших досліджень науково-теоретичних основ його використання.

Спортивний туризм передбачає подолання маршруту активним способом, тобто без використання транспортних засобів, покладаючись лише на власні фізичні та моральні сили. Активний рух є характерною рисою спортивно-оздоровчого туризму. За цією прикметою його можна назвати активним туризмом. З самої назви – «спортивний туризм» – випливає його оздоровчий компонент, який поєднується з активною формою здійснення походу [24, с. 15].

За формою проведення туристських заходів і характером їх організації

активний туризм поділяють на організований – плановий (самодіяльний та неорганізований – аматорський [12, с. 19].

Плановий туризм передбачає організацію та проведення походів і подорожей туристськими організаціями та підприємствами переважно за туристичними путівками. Вони здійснюються за розробленими, ретельно

дослідженими, описаними маршрутами під керівництвом кваліфікованих інструкторів і гідів-провідників, які мають достатній досвід і добре обізнані з місцевістю. Протягом всього маршруту розташовані спеціально обладнані туристські бази чи притулки, учасники походу забезпечуються ночівлею,

харчуванням, послугами екскурсоводів, культурно-видовищним, анімаційним і медичним обслуговуванням, на окремих ділянках – транспортом і т. ін.

Більшість туристів-початківців здійснюють свої перші походи саме за такими маршрутами, що пролягають через наймальовничіші куточки, включають

пам'ятки старовини, цікаві архітектурні споруди, меморіальні та історичні місця. Зазвичай, ці маршрути нескладні і не вимагають спеціальної підготовки.

Самодіяльні туристські походи організовують і проводять туристські клуби, секції та інші громадські об'єднання. Самодіяльні туристи самостійно визначають

склад групи, складають маршрут походу, забезпечують себе необхідним спорядженням, продуктами харчування, та організують ночівлі, переходи, екскурсії на маршруті. Маршрути самодіяльних походів затверджуються маршрутно-кваліфікаційними комісіями, а їх проходження контролюється

відповідними контрольно-рятувальними службами та загонами [38, с. 45].

Аматорські походи проводять індивідуальні туристи, покладаючись на свої власні сили, знання та життєвий досвід. Вони не входять до жодних туристичних організацій, самостійно обирають місцевість, туристичні об'єкти, особливості та складність заходу. Головною метою учасників таких

неорганізованих походів є активний відпочинок під час відпусток і канікул.

Поділ походів активного туризму, в залежності від території, якою

прокладені їх маршрути показано у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Класифікація походів в активному туризмі, залежно від маршруту їх проходження [3, с. 31]

Види походів в активному туризмі	Характеристика
Місцеві	починаються і закінчуються в одній місцевості (районі), тривають не більше одного дня
Ближні	короткотривалі маршрути "вихідного дня", які можуть охоплювати територію як свого, так і сусідніх районів і тривати 2-3 дні
Регіональні	охоплюють територію регіону і тривають більше 3 днів
Національні	виходять за межі регіону
Міжнародні	виходять за межі країни

Класифікацію спортивних туристських маршрутів за категоріями складності (ступенями) здійснюють маршрутно-кваліфікаційні комісії при федераціях спортивно-оздоровчого туризму.

Залежно від способу та засобів здійснення туристичної діяльності виділяють: пішохідний, водний, велосипедний, спелео- та гірськолижний туризм.

Пішохідний туризм – широковідомий вид спортивно-оздоровчого туризму, основною метою якого є подолання групою туристів маршруту по місцевості з місця відправлення до місця прибуття за вказаний проміжок часу [17, с. 48].

Пішохідний туризм сприяє фізичному і інтелектуальному розвитку людини, підтримці хорошої фізичної форми за рахунок певного періоду перебування в природних умовах навколишнього середовища. Маршрут пішого туризму може містити в собі не тільки програму фізичної, спортивно-оздоровчої підготовки, але і ознайомлення з історією і культурною спадщиною населення регіону.

У світі існують піші стежки завдовжки в тисячі кілометрів. Наприклад, довжина АМКПалачської стежки в США досягає 3500 км. Зараз існує багато спеціалізованого спорядження для пішохідного туризму: туристичні намети,

спальні мішки, трекінгові палиці, трекінгові черевики, казанки, газові пальники, компас, GPS-навігатори і так далі.

Як правило, пішохідні туристичні походи тривають від 1-2 днів до 15-20 днів. Важливими елементами дня пішохідного туриста є: власне рух по маршруту, привали, обідня стоянка, нічна стоянка (бівуак). Через декілька днів важкого маршруту може бути влаштовано 1 день відпочинку – так звана «днівка». В горах гірські туристи денний похід можуть розпочинати дуже рано – вранці – в зоні сніжників та льодовиків о 4-5 ранку – коли вже є видимість від

вранішнього сонця – і закінчувати в 10-12 годин дня (ранку), що пов'язано з правилами безпеки (після сходу сонця сніг і лід тоне, підвищується вірогідність камінепадів, сходу лавин тощо).

Водний туризм – один з різновидів туризму, в основі якого подолання маршруту водною поверхнею.

Розрізняють декілька підвидів водного туризму: сплав по річках, рафтинг, вітрильний туризм, каякінг, каньйонінг, віндсерфінг, вейкбордінг [29, с. 58]. На даний час в Україні найбільш розвиненими та популярними є сплави ріками та рафтинг. Інші види водного туризму лише набирають популярність в країні, хоча і мають значні перспективи розвитку.

Сплав по річках – це вид водного туризму, що є досить популярним у світі та має високий рівень розвитку і в Україні. Він передбачає переміщення вниз за течією. Зазвичай це здійснюється на байдарках, катамаранах, плотах, гумових човнах. Байдарка - це маломірне легке судно, що приводиться в рух веслом. Розділяють байдарки на спортивні та туристичні, а також за місткістю: одно-, дво- та тримісні. Катамаран - це двокорпусне судно, обидва корпуси якого з'єднані між собою рамою. Є сплави катамарани, які використовуються для сплаву по річках та вітрильні для подорожей, в тому числі і морських, під вітрилом. Плоты мають різну конструкцію і рухаються за допомогою потоку води з невеликою швидкістю.

Рафтинг - це сплав по річці, але в більш екстремальному виді. Для нього використовується спеціальне надувне судно – «рафт» – яке і дало назву цьому

виду водного туризму. Рафт - дуже стійкий і високопрохідний, зазвичай розрахований на 6-8 чоловік. Зазвичай сплав відбувається у бурхливих водах гірських річок. Рафтинг - це командний вид спорту. У кожного в команді своя функція і від злагодженості дій усіх учасників залежить успішне та безпечне подолання маршруту

Найпопулярнішими місцями водного туризму у світі є США, Канада, Швеція, Туреччина, Єгипет, Австралія, Китай, Індонезія, Росія, Бразилія, Словаччина, Норвегія. В Україні водний туризм також досить розвинений та популярний і здійснюється переважно у Карпатському регіоні (Чорний Черемош, Білий Черемош, Прут, Чорна Тиса) та у Центральній Україні (Дністер, Південний Буг) [62, с. 78]

Велосипедний туризм (велотуризм) — один з видів туризму, в якому велосипед служить головним або єдиним засобом пересування. Поняття «велосипедний туризм» багатозначне і має відношення як до одного з видів активного відпочинку, так і до різновиду спортивно-оздоровчого туризму.

Велотуризм як активний відпочинок полягає в проходженні на велосипеді маршрутів, що містять загальнотуристичні і специфічні для велотуризму об'єкти екскурсійного характеру. Складність таких походів може коліватися від простої до вкрай високої, маршрути прокладаються так, щоб використати переваги, які дає велосипед для швидкого пересування по маршруту. Головною відмінністю таких велопоходів від спортивно-оздоровчого велотуризму, орієнтованого на отримання спортивних розрядів і звань — відмова від навмисного ускладнення маршруту, поділу походів на категорії складності і суміщення спортивної складової походу з оглядом культурних та природних пам'яток [71, с. 63].

Велосипедний туризм має свої переваги у порівнянні з іншими видами туризму. Велосипед дає мандрівнику можливість із досить значною швидкістю долати великі відстані, ознайомитись під час короткого велопоходу з цілим регіоном, відвідати цікаві об'єкти, розташовані один від одного на значній відстані. Ще одна суттєва перевага перед іншими видами туризму

велотуристу не потрібно переносити рюкзак на відстань декількох десятків кілометрів на власній спині – основна вага багажу переноситься на велосипед. Серед видів активного відпочинку, велосипедний туризм є лідером за швидкістю пересування і протяжністю маршрутів.

Проте велосипед ставить деякі специфічні вимоги до учасників подорожі. Кожен велотурист має володіти технікою їзди на велосипеді з вантажем не тільки шосейними дорогами, а й стежками та бездоріжжям. Обов'язковою умовою є знання Правил дорожнього руху, що є запорукою безаварійного проведення велопоходу. Кожен велотурист має мати хоча б мінімальні базові

знання технічного оснащення велосипеда та принципу його роботи та вміння

робити дрібний ремонт у польових умовах. Велосипедні походи є захоплюючим видом активного відпочинку, що дарує багато несподіваного, а інколи досі небаченого, оригінального, виняткового. Для велосипедних походів

I та II категорії складності придатні території всіх областей України. Основна частина походів більш високих категорій складності здійснюється в гірських районах Карпат і Криму (до V к. с. включно). Для походів II-V категорії складності у Карпатських і Кримських горах характерні важко прохідні ділянки

грунтових польових і лісових доріг та стежок, круті гірські дороги, перевали, затяжні підйоми та спуски, броди та інші природні перешкоди, а також незручне для велосипеда покриття доріг (бруківка, галька тощо). Одночасно ці райони мають густу мережу автомобільних шляхів і населених пунктів.

Спелеотуризм - різновид спортивно-оздоровчого туризму, зміст якого полягає в подорожах по природним підземним порожнинам (печерам) і

подоланням у них різних перешкод (сифони, колодязі) з використанням різного спеціального спорядження (акваланги, карабіни, мотузки, гаки, індивідуальні страхувальні системи й ін.). Відкриття нових спелеотуристичних маршрутів

сполучено з дослідженням печер - спелеологією [20, с. 37]. Цей вид туризму завоював симпатії багатьох аматорів підземних подорожей. Вони можуть

мигуватися казковими кам'яними квітками із кристалічних утворень, купатися в підземному озері, захоплюватися печерним чудом - сталактитами й

стала містами.

Спелеотуризм – технічно складний вид туризму. Його складність полягає у проходженні непростих за рельєфом маршрутів в умовах відсутності природного світла, високої відносної вологості та невисокої температури повітря. Все це вимагає від спелеотуриста ретельної підготовки до походу, а також сили, витривалості, спритності, вправності у використанні засобів життєзабезпечення під землею та засобів страхування, стійких навичок у подоланні відповідних природних перешкод.

Гірськолижний туризм - один із найстаріших видів активного відпочинку.

Гірськолижний туризм заключається в цікавих спусках на спеціальних лижах по довгих гірських схилах - спеціально обладнаних трасах. Гірськолижний туризм до спортивно-оздоровчого не відноситься: по ньому не встановлено розрядних вимог, так як слід розрізняти гірськолижний спорт, яким займаються спортсмени заради участі у змаганнях, і туризм, яким займаються багаточисельні любителі заради відпочинку, задоволення і випробування себе. Однак заняття гірськолижним туризмом потребує значних спеціальних технічних навичок і умінь, і тому його в певній мірі можна віднести до спортивно-оздоровчого туризму.

З роками кількість бажаючих покататися на гірських лижах лише збільшується, а рівень сервісу та капіталовкладень у цей вид туризму невідмінно зростає. Майже на будь-якому гірськолижному курорті є спуски, як для професіоналів, так і для новачків. А до послуг відпочиваючих завжди є місцеві інструктори, які завжди можуть навчити правильно кататися. Рух на лижах, ймовірно з'явився після винаходу снігоступів, що поступово модернізувалися до сучасного стану гірських лиж.

Отже, спортивний туризм – це вид активного відпочинку, який здійснюється шляхом руху по маршруту активним способом, випробовуючи власні фізичні сили, рухаючись пішки або використовуючи лижі, велосипед або плавзасоби. За рахунок реалізації власного фізичного потенціалу, долаття перешкод, адаптації до нових умов та оточення, туристи отримують фізичне та

моральне задоволення від даного виду відпочинку.

Найпопулярнішими видами спортивно-оздоровчого туризму є: пішохідний, водний, велосипедний, спелео- та гірськолижний туризм.

1.2. Особливості планування спортивних програм в туризмі

Надаючи туристичні послуги, підприємство повинне заздалегідь детально прораховувати якомога якіснішу реалізацію всіх елементів туру, які становлять цінність для клієнтів. Від якості послуг, швидкості їх надання, відповідності очікуванням туристів залежить їхній рівень задоволення, формування лояльності до підприємства, надання йому переваги перед конкурентами і, відповідно, майбутній його прибуток. Для забезпечення реалізації якісних послуг, необхідно детально планувати елементи туру, надання основних і додаткових послуг, спираючись на власний досвід та запозичаючи його у лідерів галузі, закордонних організацій, оскільки рівень вітчизняного спортивно-оздоровчого та багатьох інших видів туризму дещо відстає від світових стандартів.

До основних туристичних послуг відносять: транспортне забезпечення, послуги розміщення, харчування та розважальні заходи.

Транспортне забезпечення є одним з найважливіших елементів туристичної інфраструктури і входить до основного комплексу послуг, що включені у склад туристичного продукту, а транспортні підприємства (перевізники) розглядаються як особливий різновид туристичних підприємств, що формують систему туризму на туристичному ринку [2, с. 182]. Специфікою перевезень у спортивному туризмі є те, що до транспортного забезпечення відносяться не лише транспортні засоби за допомогою котрих здійснюється переміщення відпочиваючих до туристичної дестинації, а ще й вид транспорту та спорядження, які одночасно є самостійними атрактивними засобами та транспортують туристів по маршруту. Тобто, при тому, що лише одне користування ними розважає туристів та робить їхню діяльність під час туру незвичайною, оригінальною та цікавою для них, дане спорядження ще й

забезпечує мобільність групи. У водному туризмі це специфічні плавзасоби (катамарани, рафти, байдарки та ін.), у велосипедному – власне, велосипеди, які також бувають різних типів, конструкцій та розмірів, у гірськолижному – підйомники, лижі та сноуборди.

Проживання туристів може забезпечуватися, як шляхом надавання номерів у типових засобах розміщення: готелях, пансіонатах, апартаментів, туристичних базах та ін., так і розселяючи відпочиваючих у наметах, у кемпінгах та туристичних притулках, що доволі часто реалізується на практиці, зокрема у теплу пору року, і є досить атрактивним та незвичним для туристів.

Досить цікавою для туристів для організація бівака у поході, створення певного комфорту, зручності для проживання, загишки для нічлігу, харчування.

Туристичний бівак - це місце тривалої стоянки туристичної групи з нічлігом. Бівак повинен забезпечити повноцінний відпочинок туристів після важкого денного переходу та повну їх безпеку.

Першою вимогою є безпека біваку, а це значить, що, в першу чергу, обирається місце поряд з населеними пунктами, великими дорогами, можливістю під'їзду автотранспорту, і, відповідно, можливістю поповнення провізії, екстреної евакуації з маршруту при несприятливих погодних умовах, фізичних травмах чи інших надзвичайних ситуаціях.

Друга важлива умова - вода. Вона повинна бути проточною, придатною для використання в їжу. Тому обирають місце біля джерел або на малих притоках річок, а не на самій річці. Іноді проблема чистої води буває дуже складною, доводиться транспортувати з собою воду на значні дистанції або ходити до колодязя у найближчий населений пункт. Та, варто зазначити, що не у будь-якому колодязі вода придатна для пиття.

Третя умова - місце повинне бути безпечним на випадок негоди. Поблизу палаток не повинно бути сухостійних дерев або дерев, що нахилилися, які можуть впасти при сильних поривах вітру. Грунт повинен бути сухим, а у випадку дощу вода не повинна стікати під палатки [35, с. 54].

Не можна розбивати бівак біля одиноко стоячих дерев на хребті, на вершині пагорба, щоб уникнути при грозі небезпеки удару блискавки. У випадках, коли все-таки довелось розбити бівак на відкритому високому місці, і до району табору наблизилась гроза, всі великі металеві предмети відносять вбік від палаток не менше, ніж на 50 м [46, с. 78].

При організації турів у лісостепових районах, важливо слідкувати за тим, щоб на місці біваку не було мурашників, мишачих нир, заростей колючих кущів. Найкраще місце - піднята південна галявина хвойного лісу, яка добре прогривається сонцем.

Важливу роль відіграє наявність палива. Адже, знайшовши місце на галявині хвойного лісу з великою кількістю сухостою та трусок, група отримає навіть у негоду дуже великий виграш у часі на приготування їжі та сушці речей. Тут можна легко і швидко облаштувати хороше багаття. Не можна розташовуватись на бівак на сухих торфовищах - тут категорично заборонено розводити багаття, тому що від багаття загорається торф навіть в глибині, під шаром дерну [88, с. 91].

Важлива вимога до місця біваку - його мальовничість. На довгі роки кожному учаснику туру запам'ятаються затишна галявина серед берез та ялинок на високому березі тихої річки, красива нависла скеля над бурхливим гуркітливим потоком ріки або спокійна зелена галявина, всипана ромашками, та дрімучий, суворий, але прекрасний темний ліс навкруги. Керівник завжди повинен забезпечити групу розташуванням табору у красивому місці.

Розташування біваку. До планування біваку (розміщення окремих об'єктів) також пред'являються свої вимоги, яких по можливості треба повніше дотримуватись, особливо, якщо бівак планується не на одну ніч.

Розташовувати палатки, багаття, «дров'яний склад» та інші об'єкти треба компактно. Палатки необхідно ставити на сухому підвищеному місці серед дерев, недалеко одна від одної та не ближче, ніж 5-7 м від багаття. Якщо у лісі багато комарів та комах, краще обрати для палаток відкриті для вітру місце [61, с. 55].

Багаття слід розташовувати так, щоб не було небезпеки зайняття гілок дерев, сухою травою, кущів, сухої трави. Не можна розводити його на коріннях живих дерев. Бажано, щоб багаття було захищене від сильного вітру стіною густих заростей або крутим схилом яру, пагорба. Якщо є старе кострище, треба і своє багаття розводити на ньому, щоб зайвий раз не наносити шкоди природі.

Якщо ж багаття розводиться на лузі, необхідно попередньо зняти дерен, віднести воєк та полити водою до ранку [75, с. 63]. На сухих піщаних ґрунтах багаття зручно розводити в невеликих поглибленнях, ямах, де воно краще укрите від вітру.

Інструктор супроводжуючий групу повинен обстежити район навколо табору і вибрати на відстані 70-100 м від його центру затишні місця для туалетів - в густих заростях, а ще краще в неглибоких, густо зарослих заглибинах сухих ярів [94, с. 115]. Околиці табору повинні залишатися чистими. Місце купання повинно бути вибрано та ретельно перевірено самим керівником групи.

Зупинячись на нічний привал потрібно задовго до приходу темряви, оскільки об'єм робіт по розбивці та обладнанню табору завжди великий. Для швидкого виконання їх потрібна чітка організація та допомога учасників туру.

Першочерговими будуть заготівля дров та розведення багаття, а вже потім, коли дров збереться достатньо та їх вистачить не тільки на вечір, але і на приготування сніданку, починається установка палаток [67, с. 56]. Якщо ж небо погрожує дощем або він вже починається, треба швидко поставити палатки, сховати в них рюкзаки.

Керівник групи визначає черговість робіт, розподіляє наряди, вказує, де будуть багаття та місця для палаток.

Потім, повар, або у випадку, коли група невелика - інструктор, займається кухнею, розкладає своє господарство, розводить багаття, приносить воду, відкриває консерви.

Встановлення наметів, зазвичай, здійснюється під керівництвом інструктора, але необхідність його допомоги в їх установці залежить від досвіду

учасників групи. Перед встановленням наметів оглядають вибране місце, ретельно збирають все, що може заважати (каміння, гілки, шишки, сміття).

Якщо майданчик має невеликий загальний нахил, намети потрібно орієнтувати так, щоб вхід в них розташовувався вище по схилу, а верх був паралельно лінії нахилу. Тоді вночі туристи не будуть скочуватися до одного боку [77, с. 57].

Якщо туристична група досить чисельна та її супроводжує транспортне забезпечення, яке перевозить речі туристів – доцільно встановити тенти та освітлення (за допомогою дизельного генератора) під якими організовується похідний «стіл», туристи харчуються та спілкуються. Організація харчування у спортивно-оздоровчих турах має певні особливості, та є цікавою для туристів, оскільки всі страви готуються на відкритому вогні та при цьому використовується спеціальний посуд, наприклад, казани, а прийом їжі під відкритим небом «із запахом димку» є також цікавим розважальним заходом.

Ввечері важливо встановити та оголосити про контрольні терміни: о котрій годині підйом, коли повинен бути готовий сніданок, коли група повинна вийти. До відходу з бівачу треба зібрати всі залишки та відходи та утилізувати їх спаливши або забрати з собою до появи найближчого смітцевого баку.

Сушити взуття та одяг треба з вечора, вранці ж процес сушки довести до кінця. Не можна сушити одяг та взуття близько від багаття [65, с. 94].

У прогорілому, ретельно залитому водою багатті не повинно залишатись не згорівшого сміття. Якщо при розведенні багаття був вирубаний дерен, його треба знову покласти на місце, поливши зверху водою. Необхідно залишити після себе вигляд недоторканої галявини [40, с. 71].

Традиційними розвагами у спортивному туризмі є: рухливі ігри, ігри з м'ячем (волейбол, шонербол, футбол), збір грибів та ягід, похідна баня, стрільба з лука, пневматичної зброї, повторне проходження технічно складних або живописних ділянок маршруту як, наприклад, пороги у водних сплавах або спуски у велотуризмі. Також до розважальних заходів відносять спеціальні вечірні шоу-програми, квести, конкурси, змагання, співби біля вогнища. Та все

ж, головною розвагою є зміна звичного способу життя, використання нового спорядження у захоплюючих, незвичайних умовах.

Існує визначений ряд країн, де спортивний туризм всебічно розвинений і де туристичні підприємства пропонують дуже широкий вибір розважальних програм, в яких поєднуються різні види туризму та пропонуються різні рівні складності, залежно від підготовки туристів.

Наприклад, у Чехії активний туризм є одним з пріоритетних напрямків туризму, у цій країні створені прекрасні умови для велотуризму, є відмінні маршрути для гірських турів, легко знайти місця, де можна попрактикуватися в скелелазінні і навчитися сплаву по гірських річках. Польоти на пароплані, на повітряних кулях і екзотичний зорбінг також являються цілком доступними [93, с. 93].

Австрія докладає помітних зусиль, щоб не залишатися лише гірськолижною меккою, а диверсифікуватися у національній туристичній галузі і створити умови для високої туристичної активності впродовж всього року. Зусилля приносять позитивний результат, і зараз у країні популярними стали рафтинг і трекінг, скеле- і льодолазіння, пішохідні маршрути по горах. Велосипедисти можуть подорожувати по маршрутах різноманітної складності, попрактикуватися у даунхилі - швидкісному спуску на велосипедах по гірськолижних трасах [9, с. 43].

Норвегія популярна серед туристів завдяки мальовничим видам та традиційній активності місцевого населення, адже на відміну від жителів більшості країн, норвежці створюють інфраструктуру активного туризму не тільки для туристів, а в першу чергу для себе. У країні дуже популярний вже традиційний для неї рафтинг гірськими річками, піші та моторизовані подорожі по горах і льодовиках. Також можна відправитися в подорож по фьордам на каяках, а на морському узбережжі - вирушити на глибоководну риболовлю [90, с. 178].

У Німеччині до активного проведення часу традиційно відносяться з пієтетом. Наприклад, для веломандрівок доступний практично будь-який куточок країни, для піших маршрутів теж знайдеться немало гарних і

насичених історичними пам'ятками місць. Також досить популярними є екстремальні види відпочинку [13, с. 54].

Фінляндія популярна своїми зимовими розвагами, і саме за ними на північ країни вирушають тисячі туристів зі всього світу. Подорожі на снігоходах, маршрути на собачих і оленячих упряжках, будівництво снігових хатин іглу – це все доступно в зимовій Фінляндії [59, с. 86]. У південніших районах популярна риболовля, як зимова, так і літня. Велосипедні і лижні маршрути досить давно розроблені і популярні у цій країні.

У США, особливо в перші візити, усі прагнуть відвідати найпопулярніші місця. Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Майамі, Гранд Каньйон, Лас-Вегас [93, с. 55]. Але досвідчені туристи вже зрозуміли, що і адреналінові маршрути по США - прекрасна розвага. Наприклад, оглядова екскурсія над Гранд Каньйоном на повітряній кулі досить популярний, перспективний і унікальний спосіб активного проведення часу. Також популярною туристичною дестинацією серед любителів спортивно-оздоровчого туризму є величезна мережа озер і болот у Флориді, по яких можна відправитися на аероглісері (ковзаючому по поверхні води човні, що приводиться в дію повітряною або водяною тягою), спостерігаючи місцевих алігаторів [5, с. 75].

У національних парках до послуг туристів велика кількість маршрутів - скельних, пішохідних, альпіністських, водних. Досить популярною туристичною дестинацією є Аляска, яка окрім різноманітної та сильно розвиненої туристичної інфраструктури, має також унікальність, яка пов'язується з «золотою лихоманкою» і в наш час можна спробувати себе у ролі золотошувачів, аж до самостійного промивання золота.

Швейцарія, яка найбільш відома своєю надрозвиненою мережею гірськолижних трас, також пропонує високий рівень таких видів активного відпочинку, як трекінг, скі-тури, даунхіл, рафтинг, польоти на парaplанах і бейз-джампінг [101, с. 54].

Україна також може стати в один ряд з лідерами спортивно-оздоровчого туризму, оскільки зі своїм ресурсним потенціалом вона є дуже перспективною

країною для організації та розвитку активного й екстремального відпочинку. Активний туризм, який вимагає певної фізичної та моральної підготовки – це нова конкурентна перевага для будь-якого туристичного місця або маршруту. В Україні є багато варіантів для розвитку таких напрямків, однак на сьогодні багато з них знаходяться в стані перспективних розробок.

1.3. Технологія розробки спортивно-оздоровчого туру

Обираючи місце для відпочинку, туристи замислюються не тільки про певні визначні місця, побутові зручності, а і про те, чим можна буде зайнятися у вільний час, які пропонуються розваги. Якщо є можливість вибору (особливо для людей молодших вікових груп), то до уваги беруться не лише особливості клімату, наявність цікавих для огляду об'єктів, але й можливості для активних форм відпочинку.

Попит на активні та, навіть, екстремальні розваги формуєть, по-перше, бажання туристів, по-друге, елемент новизни, по-третє, активні види туризму максимально сприяють зняттю стресу і викиду надлишку енергії, яка найбільш характерна для людей середнього віку.

Відомо, що багато сучасних туристів люблять подорожі з елементами спортивних дисциплін та екстриму. Це можна пояснити багатьма причинами: одні віддають данину моді, шукають нові шляхи самовираження, інші, і таких більшість, прагнуть позбутись щоденних навантажень й одержати свою частку адреналіну. Екстримом для людини може бути будь-який вид діяльності, не звичний для неї, відмінний від звичайного способу життя, такий що викликає сплеск емоцій, своєрідний позитивний стрес (для певних категорій людей екстремальними є навіть поїздки верхи на конях або польоти на аеропланах чи малих літаках). Активний відпочинок - один із найліпших способів зняття напруги [80, с. 12].

Організацією спортивних турів можуть займатися приватні підприємці, невеликі компанії, спортивні федерації. А їхніми агентами, що працюють безпосередньо із клієнтурою, можуть стати готелі, турфірми приватні

підприємці. Саме так організований цей бізнес у світі. В Україні туроператорам важко залучати закордонних туристів через недоліки в роботі готелів, ресторанів і організації системи розваг, а це і є головною проблемою.

Багато розваг у спортивному туризмі - це також захопливе видовище, за яким спостерігає той, хто сам не зважується на екстрим.

Кількість туристів, які цікавляться такими розвагами, точно оцінити неможливо. Але з публікацій, присвячених даній темі, відомо що у Європі близько 30% відпочиваючих хоча б один раз у тиждень виїжджають на джип сафари, рафтинг, екскурсію на яхті тощо [69, с. 75].

З економічним розвитком суспільства збільшується кількість видів відпочинку, а також число бажаючих урізноманитити дозвілля незвичайними враженнями [7, с. 61].

Одним із видів активного туризму є польоти на повітряних кулях. Цей вид відпочинку вважається надзвичайно романтичним і видовищним і одночасно не пов'язаний з серйозним ризиком для життя та здоров'я людей. Але в той час як у багатьох країнах повітроплавання вже приносить чималі доходи суб'єктам бізнесу, в Україну тільки приходить усвідомлення такої можливості та створюються певні початкові організаційні умови.

Повітроплавання вважається витратним і коштовним заняттям, як і майже всі види спортивно-оздоровчого туризму. Вартість однієї повітряної кулі у середньому 30 тис. дол. США. Половина цієї суми припадає на оболонку, що розрахована на 300 годин польотів. Тобто за один двогодинний політ амортизується 100 дол. США вартості оболонки. Собівартість двогодинного польоту на повітряній кулі в Україні становить приблизно 280 дол. США за один політ. На сьогодні цю послугу можна придбати за 350 дол. США [14, с. 65].

Бізнес на повітряних кулях можна розвивати у двох напрямках: туристичному й рекламному. На даний момент головні дивіденди повітроплавці отримують саме від останнього. Вільне повітроплавання використовується в туристичних цілях, але тепер ця ніша не зайнята й дуже приваблива для інвестицій [55, с. 23].

Для розвитку вільного туристичного повітроплавання в Україні є всі необхідні передумови, насамперед в природі. Перспективними вважаються такі місця, як Кариати, міста Київ і Львів, а також у перспективі Крим, які є красивими історичними місцями, Кам'янець-Подільський (з можливістю прольоту під мостом), Асканія-Нова тощо. На сьогодні в Україні є 20 повітряних куль (для порівняння: у Німеччині - 6000, у Голландії - 400, у Росії - 370) [15, с. 71].

З початком розвитку повітроплавання в Україні вироблялися невеликі кулі, які можна використати як у спорті, так і в туризмі. Але практика західних країн свідчить, що також необхідно мати більші аеростати місткістю не менше 6-8 чоловік, що дасть можливість знизити вартість екскурсії з 350 дол. США за один двогодинний політ до 100 дол. США.

За оцінками В. Гардашника, для забезпечення туристичних потреб в Україні повинно бути щонайменше 170-180 повітряних куль, тобто в 9 разів більше, ніж є на сьогодні. У кожному регіоні бажано мати свою команду повітроплавання й мінімум 2-3 аеростати. Тепер повітряні кулі доступні лише в Києві, Феодосії й Львові [86, с. 78]. Необхідно налагодити й організаційну роботу. На даний момент турист недостатньо проінформований про те, де можна отримати цю послугу. А звертатися можна лише до Федерації повітроплавання та її філій, тому що на планову основу (коли організацією турів займаються туристичні компанії) цей бізнес, на жаль, поки не поставлений. Однак перший крок повинні зробити турфирми, тому що саме вони мають працювати з клієнтами й продавати послуги в пакеті.

Стрибки з парашутом - відпочинок для екстремальних туристів з гарною фізичною підготовкою. Цей вид екстриму так само, як і повітроплавання, перебуває на початковій стадії розвитку в Україні. За оцінками О. Мартиновського, парашутний бізнес в Україні має велике майбутнє завдяки зростаючому інтересу не тільки з боку спортсменів, але і туристів-екстремалів [36, с. 45]. Однак для того, щоб здійснити стрибок з парашутом, необхідно витримати ряд умов: турист повинен мати добрий стан здоров'я (не допускаються до стрибків люди зі слабкого серцево-судинною системою), він

повинен отримати інструктаж від тренера-професіонала, а також бути поінформованим про правила поведінки і можливі ускладнення при привезленні.

Є два головних напрямки розвитку парашутного туризму - стрибки для спортсменів і стрибки для аматорів (туристів) [28, с. 118]. Для тих і для інших (особливо іноземців) пропозиція такої послуги в Україні буде дуже

привабливою внаслідок конкурентної ціни в порівнянні із західноєвропейськими країнами. Більшу частину прибутку від експлуатації дропзон (мієць для стрибків) принесуть стрибки для починаючих парашутистів,

такі як «тандем» (стрибок разом з інструктором), а також стрибки з можливістю відеозйомки.

На сьогодні в Україні існує всього 4 великих дропзони: «Чайка» і «Бородянка» (під Києвом), «Авіа-Союз» (Травневе, Дніпропетровська обл.), для порівняння, на території Великої Британії функціонує до 60 дропзонів. Через

відносно високу вартість стрибків з парашутами нові дропзони вигідно будувати у великих містах із платоспроможним населенням (Львів, Одеса та

інші), а також курортних зонах - місцях зосередження туристів (Чорноморське узбережжя). За рахунок цінової переваги Україна могла б скласти конкуренцію країнам з більш розвиненими традиціями парашутного спорту [47, с. 87].

Головною проблемою розвитку парашутизму є те, що на сьогодні - це один з найдорожчих видів спорту. Парашутна система коштує 3-5 тис. дол. США (без вартості екіпірування парашутиста), крім того, не вистачає кваліфікованих інструкторів, пілотів, літаків, невеликих аеродромів і полів для приземлення [33, с. 171].

Сплави по ріках - це один з видів спорту, що плавно переходить в активний відпочинок - сплави по ріці на спеціальних плавзасобах (рафтах, байдарках, катамаранах) в Україні мають перспективне майбутнє широко використовуватись у плані надання туристичних послуг. Україна покрита

густою мережею більших і малих, рівнинних і гірських рік. Це дає можливість активно розвивати в нас водний туризм, а багатство рекреаційних ресурсів та історико-культурна спадщина дозволяє туристам вибрати маршрут сплавів [24, с. 20]. Рівнинні ріки без крутих порогів і водоспадів (Десна, Дністер,

Сіверський Донець, Псел, Ворскла) ідеально підходять для організації спокійних сплавів для новачків і сімейного відпочинку на природі [53, с. 94].

Для більш активного сплаву підійде Південний Буг, що має нескладні водні перешкоди - пороги й перекази. Для найбільш еміливих - спортивні сплави по гірських ріках Карпат (Черемош, Прут, Тиса, та ін.). Тривалість сплавів коливається від дводенних турів вихідного дня до двотижневих.

Під впливом західної туристичної культури річковий сплав почали ототожнювати зі словом «рафтинг», але рафтинг - це лише вид сплаву, здійснюваного по бурхливій ріці на рафтах (надувних човнах). На рафтах в Україні здійснюється тільки близько 10% сплавів (рафтинг більше популярний на закордонних курортах) [99, с. 165].

У нас для сплавів використовують в основному спеціальні катамарани й байдарки. Хоча, останнім часом, спостерігається тенденція до росту популярності рафтів, при проведенні водних походів, оскільки вони безпечніші, краще керовані та вміщують у 2-3 рази більше пасажирів ніж катамарани.

Водний туризм в Україні завойовує все більшу популярність, з кожним роком з'являються нові маршрути сплавів. Але, незважаючи на цю тенденцію, ще є більші можливості для росту. Існуючий природний потенціал використовується далеко не на повну потужність - максимум на 10%.

Водний туризм потребує набагато менших інвестицій, ніж інші екстремальні види. Вартість катамарана 600-1000 дол. США, тримісної байдарки - 300-400 дол. США [27, с. 112]. Сплави, відповідно, також доступні більшому колу туристів, вартість триденного сплаву, включаючи прокат плавзасобів і туристичного спорядження, харчування, екскурсійне й інструкторське обслуговування, в Україні коливається від 30-60 дол. США [17, с. 74].

Однак і у водному бізнесі існують свої особливості. По-перше, використовувани при сплавах плавзасоби повинні відповідати високим стандартам якості й безпеки, особливо якщо мова йде про невідготівлених туристів без досвіду керування такими засобами. Головна проблема сучасних українських сплавів саме у використанні деякими операторами неякісних туристичних плавзасобів.

По-друге, бізнес, створений тільки на базі водного туризму, буде мати яскраво виражену сезонність. Водні розваги - ледве не єдиний вид відпочинку, характерний тільки для літнього сезону.

Прикладом популярного спортивно-оздоровчого туру з елементами пішого та водного туризму є Тур «Говерла + рафтинг» тривалістю 2 дні (Додаток А).

Програма туру:

- підйом на Говерлу;
- рафтинг - сплав по гірській річці Чорний Черемош;
- поїздка у Верховину;
- похід до чабанів;
- відвідання гірськолижного курорту «Буковель»;
- прогулянка по Ворохті та у «село-музей» Гуцульщини – Криворівні.

Отже, перший варіант. Рафтинг - сплав по річці, подарує дивовижні, красиві мієня дикої природи, нові відчуття, адже річка завжди різна, як і людина. Сплав по річці перевірить вольові якості та підготовку. Рафтинг дивовижний і унікальний вид активного відпочинку, в якому за короткий час можна пережити неймовірну гаму емоцій, що переходять від бурхливого, як потік гірської річки, притоку адреналіну до безтурботного спокою, польоту. На

туристів чекає справжній сюрприз - на невеликій ділянці річки, бажаючі можуть спробувати себе у бодрафтингу. Любителі рафтингу до 8-40 прибувають до місця сплаву по гірській річці Чорний Черемош

Другий варіант. Екскурсія в Верховину - край найкрасивіших ландшафтів України, де гірські серпантини, мальовничі перевали і лісові простори чергуються з полонинами. У цьому краї знаходиться приватний музей гуцульського побуту, етнографії та музичних інструментів Романа Кумлика, музей Івана Франка, найстаріше «село-музей» Гуцульщини - Криворівня, її неофіційна «столиця» (вартість екскурсії 120 грн./ос.).

Третій варіант. Похід до чабанів по мальовничій стежці на полонину, де пасуть худобу і ведуть нині гуцульське господарство. Чудова панорама Верховинської долини і Карпатських хребтів відкриється для туристів. Можна

познайомитися з побутом чабанів і технологією виготовлення сиру в горах, спробувати бринзу різного терміну виготовлення або вукурудзяну кашу - банош, зварену в сметані. Також є можливість спробувати подоїти корову за символічну плату і оцінити смак свіжого коров'ячого молока або покататися на конях (вартість екскурсії 100 грн./ос.).

Четвертий варіант. Буковель - екскурсія на гірськолижний курорт європейського рівня. Можна піднятися на вершину гори Яблуницького перевалу, по канатно-крісельній дорозі і помилуватися панорамами Карпатських гір з оглядового майданчика, відвідати сувенірний ринок (вартість екскурсії 120 грн./ос., квиток на підйомник - 27 грн.).

П'ятий варіант. Ворохта - Карпатський природний національний парк, на території якого самостійно можна прогулятися до гірських джерел, некупатися в найчистішій гірській річці, з якої можна пити воду. Відвідати колибу Керманич, покататися на квадроциклах (поїздка на двомісному квадроциклі - 300 грн, (1,5 години, близько 15 км), велосипедах (велосипед - 50 грн за 3 години), здійснити прогулянку на конях (100 грн. за годину).

Наведений вище тур, являється досить популярним та універсальним, оскільки охоплює найбільш відвідувані туристичні об'єкти Карпатського регіону, триває усього два дні, що дуже важливо, оскільки туристичні поїздки у вікенд досить доступні за ціною, їх легше спланувати пересічному відпочивальнику і по фізичному навантаженню вони підходять переважній більшості туристів. Даний тур приваблює своєю варіативністю, тобто дозволяє організовуючи велику групу туристів на одну конкретну дату, задовольнити вимоги всіх туристів, навіть, якщо вони прагнуть відвідати різні локації чи спробувати себе у різних видах діяльності.

Ще одним перспективним видом активного відпочинку є сафарі. Сучасне уявлення туристів про сафарі відрізняється від традиційного. Наприкінці XIX - початку XX ст. сафарі означало полювання на африканських диких звірів. З появою цифрової фото - і відеоапаратури зростають інтерес і можливості якісного документування об'єктів навколишнього світу та живої природи, насамперед [44, с. 94]. Тому у сучасному суспільстві багатьох туристів

приваблює ідею не лише власне звичайного полювання, а фотополювання із застосуванням сучасної техніки.

Організація сафарі можлива в тих країнах, де ще можна побачити природу в її первісному вигляді. Досвід діяльності деяких африканських країн вражає, оскільки там це один із найбільш прибуткових для організаторів і привабливих для туристів видів відпочинку. У багатьох національних природних парках на вибір любителів сафарі пропонуються тури за ціною від 20-150 дол. США з людини.

В Україні налічується 17 природних, 4 біосферних заповідники і 12 національних природних парків, у яких дика природа перебуває під охороною держави. Серед них - найбільший заповідник у Європі - Асканія-Нова, у якому можна побачити тварин представників майже всіх континентів планети [19, с. 68]. Саме тут пропонується єдиний в Україні тур-сафарі - 2,5-годинна екскурсія з можливістю сфотографуватися на фоні тварин. У порівнянні із закордонними сафарі ціна символічна - 30-40 грн.

В інших ж заповідниках й природні парки вхід для туристів-натуралістів закритий. Це пояснюється тим, що одержання дозволу на організацію туризму на природоохоронній території пов'язане з труднощами бюрократичного характеру.

Крім того, при організації сафарі справді необхідно забезпечити максимально добайливе ставлення до природи. Але, з іншого боку, у багатьох країнах організація сафарі налагоджена так, що за рахунок коштів, отриманих від тур-сафарі, можна організувати збереження й відновлення навколишнього середовища.

Розглядаючи спортивний туризм у масштабі України, слід згадати і деякі регіональні аспекти. На нашу думку, перспективними районами для його розвитку є Українські Карпати і Передкарпаття. Місцями розвитку сафарі (фотополювання) в регіоні можуть бути національний природний парк Вижницький, національний природний парк Гуцульщина, а також Карпатський біосферний заповідник. Повітроплавання перспективно розвивати в районі каньйоноподібної долини середньої течії р. Дністер з чудовими краєвидами історичних місць Хотинської та Каменець-Подільської фортець [10, с. 34].

На території України є достатньо сприятливі умови і ресурси для

розвитку активного та екстремального відпочинку. Але низький рівень розвитку туристичної інфраструктури призвів до того, що екстремальний туризм у нас у своєму розвитку відстає від загальносвітових тенденцій. За оцінками багатьох вітчизняних спеціалістів, існує великий потенціал спортивно-оздоровчого туризму, який можна буде розкрити з загальним соціально-економічним розвитком держави [41, с. 80].

На сьогодні важко визначити загальну кількість активних видів туризму. Це зумовлено широким підходом до впровадження активних розваг в різних сферах людської діяльності. В Україні перспективним вважається розвиток таких видів, як польоти на повітряних кулях, парашутизм, спелеологія, різні види сафари та рафтинг.

При організації та проведенні спортивно-оздоровчих та екстрем-турів виникає значна потенційна небезпека для життя і здоров'я учасників.

Важливою проблемою розвитку екстремальних видів відпочинку є забезпечення цього виду діяльності висококваліфікованими спеціалістами-професіоналами зі значним попереднім досвідом роботи. Доцільно було б залучати до організації цього виду бізнесу колишніх спортсменів і військовослужбовців для того, щоб звести ризики, які неодмінно виникають при будь-якому з перерахованих видів, до мінімуму.

Отже, при плануванні спортивних турів виникають певні особливості. Зокрема, це стосується транспортного забезпечення, коли засіб для перевезення, наприклад велосипед або катамаран, використовується також і як самостійний елемент розваг для туристів, оскільки одне лише його використання або користування ним у певних умовах туру, є незвичним та цікавим для туриста. Незвичним для відпочиваючих є також традиційне розміщення у більшості спортивних турів – у наметах. Те ж саме стосується і харчування. Розваги також мають свою специфіку та можуть відрізнятися, залежно від контингенту групи та цілей подорожі.

Висновок до розділу 1. Спортивно-оздоровчий туризм досить популярний вид відпочинку у світі, має високий рівень технологічного оснащення та швидкі темпи розвитку. Лідерами даного напрямку відпочинку є

Сполучені Штати Америки, Австралія, Німеччина, Австрія, Швейцарія, Норвегія, Чехія. В Україні даний вид відпочинку досить популярний, де ще менш розвинений ніж за кордоном, хоча має значний потенціал росту.

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ СПОРТИВНИХ ПРОГРАМ В ТУРИЗМІ

2.1. Організаційно-економічна характеристика туристичної агенції

«Меридіан»

Мале колективне підприємство «Меридіан» здійснює підприємницьку діяльність відповідно до ліцензії АВ №329300. Підприємство створено на основі чинного законодавства, це підтверджується свідоцтвом про державну реєстрацію юридичної особи від 26.05.1994 року.

Основний вид діяльності МКП «Меридіан»:

79.12 Діяльність туристичних операторів (основний).

Інші види діяльності МКП «Меридіан»:

79.11 Діяльність туристичних агентств;

79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність.

Підприємство розробляє тури внутрішнього активного туризму, гірськокожні тури закордон, а також реалізує тури від інших туроператорів.

МКП «Меридіан» знаходиться у приватній формі власності.

Директор підприємства – Швардак Іванна Сергіївна.

Місцезнаходження підприємства: 76000, Івано-Франківська обл., м. Яремче, вул. Миру, буд. 44, кв. 4.

E-mail: meridian-m@ukr.net.

Тел. +38 (095) 725-99-33, +38 (066) 979-16-16.

Режим роботи:

Пн - Пт 10:00-19:00;

Сб 11:00-16:00.

МКП «Меридіан» пропонує такі послуги:

- послуги з організації подорожей;
- надання туристичного спорядження в оренду;
- надання місць кемпінгу;

посередницька діяльність;
 паспортно-візовий консалтинг;
 – рекламно-інформаційна, наукова, навчальна та консалтингова діяльність.

Основна діяльність підприємства – це створення туристичного продукту, організація та забезпечення його реалізації та надання характерних супутніх послуг.

МКП «Меридіан» знаходиться на головній вулиці Миру у центрі міста.

Поблизу розташовуються популярні заклади громадського харчування, фірмові магазини та адміністративні будівлі, які щодня пропускають через себе велику кількість відвідувачів та працівників. Також, поблизу підприємства знаходяться зупинки міського транспорту, що дозволяє дістатись без проблем з будь-якого куточка міста. У будівлі, де знаходиться офіс туристичної компанії, також є

невелика кількість інших підприємств. Вхід до будівлі звернений до активної пішохідної зони і легко ідентифікується з тротуару. Тобто, офіс МКП «Меридіан» розташовується у місці значного скупчення потенційних споживачів туристичних послуг.

Дизайн офісу досить лаконічно та практично оформлений, у просторому та світлому приміщенні розміщено чотири робочі столи: для директора, двох менеджерів та бухгалтера, а також дві зони для відвідувачів: зручний диван біля вікна та декілька стільців при вході – для очікування. На стінах, пофарбованих у білий колір, розміщено фотографії, які ілюструють різні види активного туризму, сплави, гірськолижний відпочинок, а також копії документів, які підтверджують право займатися туроператорською та турагентською діяльністю, різноманітні сертифікати, грамоти та нагороди.

Офіс МКП «Меридіан» орендується, тому на даний момент капітальне будівництво не передбачається. В планах підприємства є купівля даного офісу.

В офісі знаходиться шафа, на полицях якої знаходиться велика кількість туристичних каталогів, рекламної продукції, а також декілька кубків та статуеток за призові місця у спортивних та туристичних змаганнях. Це

додаково вказує на орієнтацію підприємства на активний та спортивний туризм. Поряд з робочим місцем директора підприємства знаходиться сейф, у якому зберігається важлива документація, паспорти клієнтів, фінансова звітність та гроші.

Підприємство постійно цікавиться інноваційними технологіями у сфері туризму, про що свідчить їхня участь у різноманітних туристичних виставках та ярмарках, обмін досвідом із передовими туроператорами та участь у рекламних турах, які дають змогу отримати повне враження про туристичну дестинацію, її особливості, переваги та недоліки, а вже потім пропонувати даний напрям туристам.

МКП «Меридіан» намагається якомога повніше відповідати основним вимогам ринку та потребам клієнтів, та має у своєму розпорядженні:

- службове приміщення з відповідно обладнаними робочими місцями (телефони, факс, комп'ютери, тощо)
- зовнішню рекламу над входом у офіс із зазначенням свого найменування (логотипу);
- складське приміщення, де зберігається туристичне спорядження (катамарани, рафти, рятувальні жилети, шлеми, палатки, спальники, посуд, тощо).

Постачальниками послуг для підприємства виступають такі туроператори: «TravelLine», «Coral Travel», «Джеє Тревел», «Apex Tour», «Pegas Touristik», «Tez Tour», «Turtess Travel», «Алголь», «Idriska Tour». Для роботи з даними туроператорами укладаються спеціальні договори про співпрацю, які укладаються щорічно. В них прописуються всі обов'язки сторін, їх права та відповідальність одне перед одним.

МКП «Меридіан» має довготривалі договірні відносини з транспортними підприємствами, котрі забезпечують перевезення туристів, а також переміщення необхідного туристичного спорядження та плавзасобів для забезпечення спортивних турів. Також підтримуються необхідні ділові відносини з екскурсійними бюро, закладами розміщення та харчування, постачальниками продовольчої продукції для забезпечення харчування під час

спортивних турів.

Клієнтами туристичного підприємства МКП «Меридіан», у більшості випадків, є люди із середнім і вище середнього рівнями доходів. Окрім жителів міста Яремче, послугами підприємства користуються мешканці Івано-Франківської області, багатьох інших міст України, а також туристи з-за кордону.

Підприємство пропонує туристичні продукти різних напрямків. Найбільшою популярністю користуються спортивні тури – водні сплави по карпатським річкам, внутрішні екскурсійні тури, гірськолижні тури на курорти України та за кордон. Це обумовлюється спеціалізацією даного підприємства на активному туризмі, наявністю ліцензії та спорядження для організації відпочинку такого роду, а також конкурентоспроможною ціною.

МКП «Меридіан» діє відповідно до чинного законодавства, згідно положень ЗУ «Про туризм», який є основоположним законодавчим актом, що визначає загальні правові, організаційні, виховні та соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму, всебічно регламентує туристичну діяльність в Україні, створює умови для стимулювання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечує оптимальний рівень державного регулювання процесу розвитку вітчизняного туризму [1].

Організаційна структура стає більш міцною і життєздатною тільки у тому випадку, коли в організації встановлюється чітка ієрархічна взаємодія між дорученнями керівництва, тобто коли власний прояв управлінських дій головного керівника здійснюється по всій вертикалі. Саме при таких умовах в організації формується ефективний ланцюг управління, який забезпечує підпорядкування будь-якого суб'єкта діяльності тільки одній особі - вищому керівникові (директорові).

Управління на МКП «Меридіан» має лінійну організаційну структуру.

Лінійна організаційна структура управління - це такий спосіб організації персоналу, при якому накази передаються безпосередньо від керівника до підлеглого. При лінійному управлінні кожна ланка і кожен підлеглий мають одного керівника, через який по одному каналу проходять усі команди

управління. У цьому випадку управлінські ланки несуть відповідальність за результати всієї діяльності керованих ними об'єктів.

В табл. 2.1 представленні переваги та недоліки лінійної структури управління МКП «Меридіан».

Таблиця 2.1

Недоліки та переваги лінійної структури управління

Переваги	Недоліки
Узгодження дій працівників (ланок)	Високі вимоги до керівника, який повинен бути підготовлений усебічно, щоб забезпечити ефективне управління
Чітко окреслена відповідальність	Відсутність ланок з планування рішень
Оперативність прийняття рішень	Перевантаження інформацією, надмірне контактування з підлеглими і суміжними структурами
Простота управління (один канал зв'язку)	Концентрація влади в управлінській верхівці
Особиста відповідальність керівника за результат	
Узгодженість дій виконавців	

Проводячи аналіз інформації, поданої в табл. 2.2 можна зробити висновок, що перераховані недоліки лінійної структури управління перекриваються перевагами даного методу організації перебуванню.

Організаційна структура МКП «Меридіан» подана нижче (рис. 2.1).

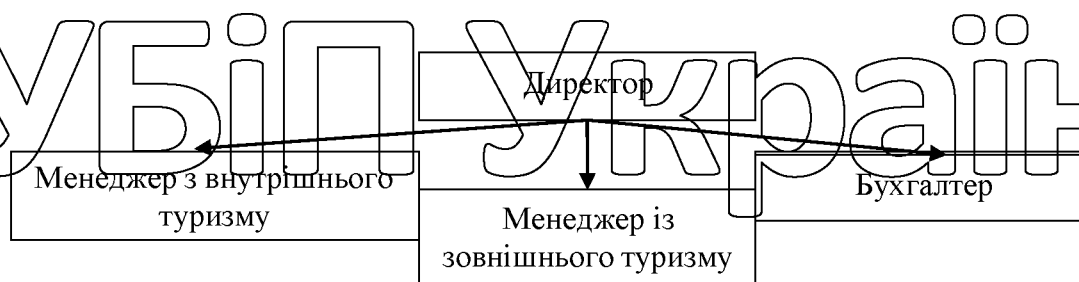


Рис. 2.1 Організаційно-управлінська структура МКП «Меридіан»

На вищому рівні управління - директор, який розробляє стратегічні рішення щодо політики організації з розвитку туристичної діяльності, розширення географії маршрутів тощо. Керівники такого рівня координують діяльність своїх підлеглих. Нижчий рівень персоналу забезпечує реалізацію політики функціонування організації, яку розроблено вищим рівнем.

У постійному штаті туристичного підприємства «Меридіан» знаходиться 4 особи. Кожен із працівників підприємства має вищу освіту. Троє працівників мають ліцензії на здійснення екскурсійної діяльності, та двоє з них мають ліцензії інструкторів зі спортивно-оздоровчого туризму на території України та за її межами. Четвертий працівник має диплом за спеціальністю «Облік та аудит» та здійснює функції бухгалтера підприємства. Для забезпечення обслуговування великих груп спортивно-оздоровчого туризму залучаються вільнонаймані працівники – інструктори спортивно-оздоровчого туризму.

Функціональні обов'язки працівників МКП «Меридіан» наведені у табл.

2.2.

Таблиця 2.2

Функціональні обов'язки працівників МКП «Меридіан»

Посада	Обов'язки
Директор	- підбір та керівництво персоналом - організація договірних відносин - розробка тур маршрутів всередині країни та за кордоном - визначення товарно-цінної політики
Менеджер з зовнішнього туризму	- пошук та залучення нових клієнтів - консультації для клієнтів, що бажають подорожувати за кордон - реалізація виїзних турів
Менеджер з внутрішнього туризму	- пошук та залучення нових клієнтів - консультації для клієнтів, що бажають подорожувати Україною - супровід груп активного туризму - організація корпоративного відпочинку - організація дозвілля у спортивно-оздоровчих турах
Бухгалтер	- бухгалтерський облік - бухгалтерська звітність - розрахунок виплат працівникам

Менеджери по туризму виконують обов'язки на середньому і нижчому рівнях. Один з менеджерів займає посаду заступника директора і займається внутрішнім та зовнішнім напрямками відпочинку. Інший - спеціалізується на внутрішньому туризмі та займається організацією активного відпочинку та реалізацією розважальних програм, в його обов'язки входить організація сплавів ріками, сільськолижного відпочинку, супровід корпоративних турів та забезпечення дозвілля. Також на даному підприємстві є бухгалтер на якого покладаються всі поточні фінансові розрахунки. Директор підприємства

знаходиться на найвищому рівні управління і кооперує діяльність своїх підлеглих, а також, при необхідності, самостійно консультує клієнтів та інструкторів з туризму. Всі співробітники підприємства висококласні фахівці, які мають професійний досвід діяльності, вищу освіту та стаж в галузі - не менше 10 років.

Управління персоналом являє собою комплекс заходів спрямованих на забезпечення умов для ефективного реалізації творчого, фізичного і трудового потенціалу працівників.

Система управління персоналом МКП «Меридіан» являє собою вже сформовану систему, котра потребує лише певного вдосконалення в певних напрямках. Напрямами удосконалення управління персоналом є:

- розробка системи винагород, матеріальних та моральних заохочень;
- забезпечення безпеки та надійності робочих процесів;
- збагачення змісту праці, підвищення інтересу до роботи;
- ефективне використання інтелектуальних, організаційських, творчих здібностей працівників на основі покращення змісту праці, її гуманізації, виключення монотонності та беззмістовності праці.

Так, як туристичне підприємство «Меридіан» є суб'єктом малого підприємництва у ньому відсутня кадрова служба. Дана функція покладена на директора підприємства.

Набір працівників є важливим елементом процесу управління персоналом в підприємствах туристичної індустрії. Він включає в себе не лише комплектацію штату, але і створення резерву кандидатів на всі робочі місця з урахуванням майбутніх змін (вихід співпрацівників на пенсію, завершення терміну дії контрактів, декретні відпустки тощо) [39, с. 89].

Прийом персоналу на роботу починається з співбесіди, успіх проведення якого стає запорукою подальшого ефективного використання робітника на тій чи іншій посаді.

Цільові співбесіди дають можливість оцінити інтелект, професіоналізм, ерудицію, кмітливість, старанність, реакцію, відкритість новому,

спостережливість, допитливість, ініціативність, ентузіазм, розсудливість, тощо [76, с. 55].

На туристичному підприємстві «Меридіан» спостерігається досить низька плинність кадрів.

Найскладнішим етапом планування кадрів є визначення якісного й кількісного складу персоналу як єдиного цілого.

Якісний склад персоналу визначається потребою в категоріях, професіях, спеціальностях різного рівня кваліфікації. З урахуванням якісних

характеристик чисельність персоналу планується на основі таких передумов:

- штатного розкладу підприємства, де наводиться перелік посад;
- вимог до посад і робочих місць, закріплених посадовими інструкціями або характеристиками робочих місць;

- документації, яка регламентує процеси діяльності з виділенням вимог до професійно-кваліфікаційного складу виконавців [63, с. 78].

Виробничою функцією туристичного підприємства «Меридіан» являється організація надання туристичних послуг.

Логістична функція на туристичному підприємстві «Меридіан» здійснюється під час надання постачальниками транспортних послуг.

Облік та аналіз господарської діяльності здійснюється щоквартально керівником підприємства та бухгалтером. Один раз на рік бухгалтером підприємства готується звіт про фінансові показники підприємства. Звіт надається засновникам підприємства.

Фінансовими документами на підприємстві займається бухгалтер. Він заповнює всю звітність, яка пов'язана з роботою туристичного агентства і подає її у відповідні служби. Прикладом може бути податкова декларація платника єдиного податку.

Управління маркетингом підприємства здійснює директор підприємства.

Велика увага приділяється іміджу підприємства серед постійних клієнтів.

Відомості про підприємство можна знайти в рекламних каталогах підприємств Івано-Франківська. Силами працівників підприємства здійснюється

розклеювання рекламної інформації, роздача рекламних оголошень. Туристичне підприємство тісно співпрацює з рекламними агенціями. Також проводяться промо-акції, як, наприклад, у зимку 2019-2020 рр., скориставшись послугами туристичного підприємства, можна було виграти лижі FISCHER.

Туристичне підприємство «Меридіан», як туристичний оператор, самостійно формує, забезпечує та розповсюджує внутрішні спортивно-оздоровчі тури, а також пропонує автобусні тури по Україні та Європі, гірськолижні вікенди у Карпатах та на закордонних курортах.

Загалом, вектор послуг, що надаються підприємством різноманітний: від надання в оренду туристичного спорядження до продажу туристичних пакетів та обслуговування корпоративних турів.

Беручи до уваги статистичну звітність підприємства, форму №1 – Тур можна визначити основні показники господарської діяльності. Туристичні продукти та послуги, що надаються туристичним підприємством «Меридіан», а також їх динаміка представлені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз динаміки та структури асортименту турпродуктів та додаткових послуг МКП «Меридіан» за 2018 -2020 рр.

Номенклатура, асортимент	Кількість туристів, що скористалися продуктами фірми						Відхилення			
	2018		2019		2020		2019 р. від 2018 р.		2020 р. від 2019 р.	
	чол.	пито ма вага, %	чол.	пито ма вага, %	чол.	пито ма вага, %	Абс.	%	Абс.	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Внутрішній туризм, разом	887	86,6	906	85,7	961	86	19	2,1	55	6,1
в.т.ч служба, ділова, бізнес, навчання	8	0,9	15	1,7	17	15	7	87,5	2	13,3
дозвілля, відпочинок	61	6,9	69	7,6	79	7,1	8	13,1	10	14,5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
лікування	5	0,6	5	0,6	10	2,4	0	0	5	100
спортивний туризм	811	91,4	804	88,7	853	85,3	-7	-0,9	49	6,1
Віізний туризм, разом	138	13,4	151	14,3	156	14	13	9,4	5	3,3
в т.ч.										
Німеччина	5	3,6	3	2	4	2,6	-2	-40	1	33,3
Італія	9	6,5	17	11,3	15	9,6	8	88,9	2	-11,8
Австрія	31	22,5	34	22,5	32	20,5	3	9,7	2	-5,9
Словаччина	14	10,1	20	13,3	16	10,3	6	42,9	-4	-20
Росія	24	17,5	18	11,9	23	14,7	-6	-25	5	27,8
Франція	17	12,3	11	7,3	16	10,3	-6	-35,3	5	45,5
Швейцарія	14	10,1	18	11,9	20	12,8	4	28,6	2	11,1
Польща	17	12,3	20	13,2	21	13,4	3	17,6	1	5
Інші напрямки	7	5,1	10	6,6	9	5,8	3	42,9	-1	10
Послуги, разом	1275	100	1318	100	1468	100	43	3,4	150	11,4
в т.ч.										
оформлення віз	84	6,6	102	7,8	109	7,4	18	21,4	7	6,9
оформлення страховки	1008	79,1	1035	78,5	1163	79,2	27	2,7	128	12,4
бронювання квитків	183	14,3	181	13,7	196	13,4	-2	-1,1	15	8,3

Виходячи з даних наведених у табл. 2.3 та звіту №1 – Тур можна зробити висновок, що ситуація щодо реалізації турів є стабільною та попит на більшість туристичних напрямків та на основні туристичні послуги не падає.

Отже, приватне підприємство «Меридіан» має значний досвід роботи на туристичному ринку м. Яремче та України, велику базу власного туристичного спорядження, вдале розташування офісу на головній вулиці міста. Основною діяльністю підприємства «Меридіан» є організація та реалізація внутрішніх водних спортивних турів у теплу пору року та гірськолижних турів закордон та в Україні узимку.

2.2. Аналіз діяльності туристичної агенції «Меридіан»

Загальні обсяги продажів внутрішніх турів проілюстровані на діаграмі (рис. 2.2) та складають: у 2018 році – 887 од., у 2019 – 906 од., у 2020 – 961 од.

Тобто спостерігається стабільний ріст.

Схожа ситуація складається й у показниках виїзного туризму: 2018 – 138 од., 2019 – 151 од., 2020 – 156 од. Також, чітко видно, що обсяг продажів турів внутрішнього туризму більше ніж у шість разів більший за обсяги виїзного туризму (див. рис. 2.2). Таке співвідношення пояснюється спеціалізацією підприємства на водних спортивних турах у межах України, а також їхньою більшою популярністю та масовістю у порівнянні з іншими пропонуваними турами, адже значну частину реалізованих внутрішніх турів складає корпоративний відпочинок.

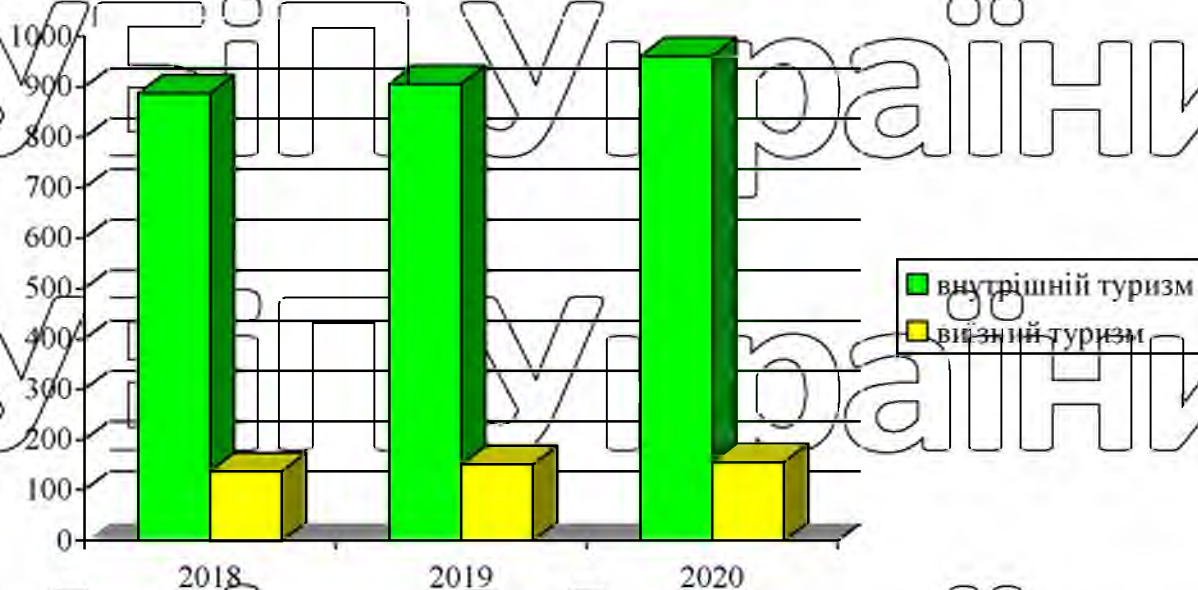


Рис. 2.2. Співвідношення об'ємів турів внутрішнього та виїзного туризму
МКП «Меридіан», 2018-2020 рр.

Важливою особливістю є те, що більшість турів за кордон спрямовані у країни з розвинутою гірськолижною інфраструктурою та буди продані взимку. Популярність таких напрямків, як Австрія, Швейцарія, Франція, Словаччина, пояснюється профільністю досліджуваного підприємства, орієнтацією на гірськолижний туризм у зимовий період, що спостерігається навіть у його назві.

Загальна кількість реалізованих внутрішніх спортивних турів у 2018 році становить 811 од., у 2019 спостерігався незначний спад обсягів – 804 од., що можна пов'язати з появою ще одного амбітного конкурента у сфері активного

туризму у місті, але згодом у 2020 році відбувся значний стрибок у обсязі – за підсумками року було продано 853 тури. Тобто обсяг продажів профільних туристичних послуг змінився з від'ємного значення у -0,9% у 2019 році порівняно з 2018 роком, на позитивне значення 6,1% у 2020 році, порівнюючи з 2019 роком.

Загальна кількість проданих турів стабільно зростає, при чому у більшості напрямків спостерігається повільний ріст або, інколи, незначний спад, а деякі напрямки демонструють помітний сплеск популярності серед туристів, як, наприклад, тури дозвілля, котрі упродовж 2018 року продавалися у обсязі 61 од./рік, у 2019 р. – 69 од./рік, а у 2020 р. їх обсяг склав 79 од./рік, тобто на 8 і 10 одиниць, відповідно, більше у натуральному виразі, або на 13,1% і 14,5% відповідно, що можна вважати помітним результатом, беручи до уваги спеціалізацію даного підприємства.

Загалом поділ туристів за цілями поїздок представлено на рис. 2.3.

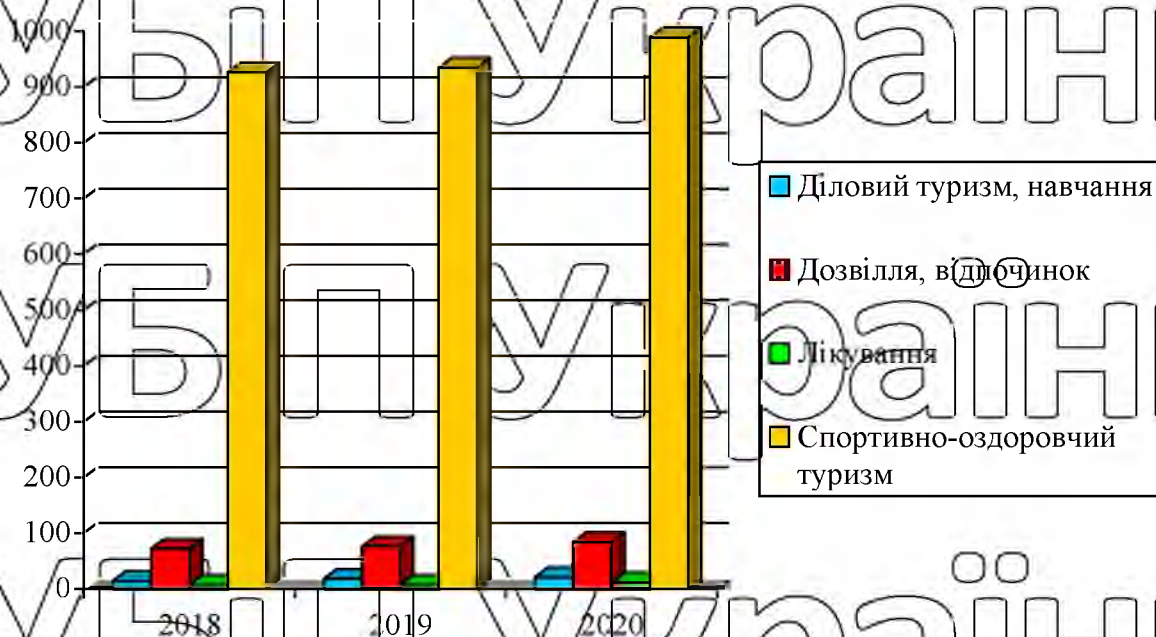


Рис. 2.3. Розподіл клієнтів МКП «Меридіан» за цілями поїздок, 2018-2020 рр.

Разом з обсягом продажів основних туристичних продуктів, зростають обсяги додаткових послуг: страхування, оформлення віз, бронювання квитків. Зокрема обсяг реалізації додаткових послуг за 2020 рік зріс на 11,4% порівняно

з 2019 роком.

Серед додаткових послуг найбільшою популярністю користуються послуги страхування, об'єми яких зростають кожного року, у 2018 р. – 1008 од.,

2019 р. – 1035 од., 2020 р. – 1163 од., у відсотковому відношенні обсяги продажів за останні три аналізовані роки збільшились на 15,1%, що напряму залежить від продажів основних послуг, оскільки купуючи туристичний пакет, турист зазвичай купує і включені до нього послуги страхування.

Рівень і динаміку продажів послуг за останні три роки показано на рис.

2.4. Діаграма ілюструє значний ріст обсягів проданих послуг упродовж останніх трьох років, особливо у період з 2019-2020 років, коли об'єми продажів зросли на 150 од.

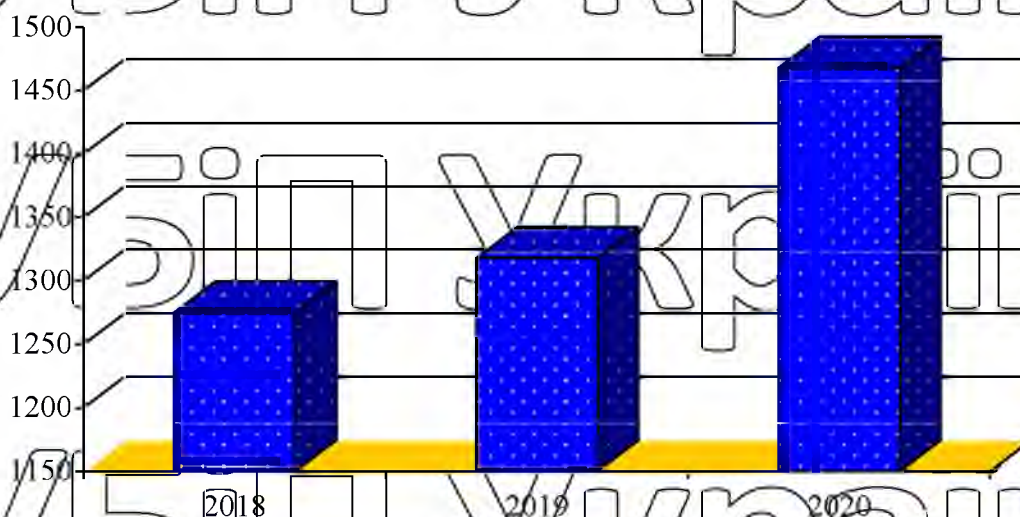


Рис. 2.4. Обсяги реалізованих послуг МКП «Меридіан», 2018-2020 рр., гол.

Загалом, МКП «Меридіан» відноситься до компаній з широким асортиментом товарів та послуг. Забезпечення великої кількості пропозицій для клієнтів відбувається за рахунок співпраці з іншими туроператорами. Проте, чітко виділяється значно більшими обсягами продажів профільними для даного підприємства напрямком: «спортивний туризм».

Також проаналізуємо контингент споживачів МКП «Меридіан» за віком (табл. 2.4).

Структура контингенту споживачів МКП «Меридіан» за віком, 2018-2020рр.

Вікова категорія	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Відхилення			
	чол.	пито ма вага, %	чол.	питом а вага, %	чол.	пито ма вага, %	2019 р. від 2018р.		2020 р. від 2019р.	
							Абс.	%	Абс.	%
Діти (до 14 років включно)	121	11,8	126	11,9	184	16,5	5	4,1	58	46
Підлітки (15-17 років включно)	203	19,8	207	19,6	226	20,2	4	2	19	9,2
Молодь (18-28 років)	499	48,7	514	48,6	506	45,3	15	3	-8	-1,6
Інші вікові категорії	202	19,7	210	19,9	201	18	8	4	-9	-4,3
Разом	1025	100	1057	100	1117	100	27	-	60	-

Найчисельнішою віковою категорією споживачів досліджуваного підприємства є молодь і її питома вага складає 48,7% у 2018 році, 48,6% у 2019 році, 45,3% у 2020 році (табл. 2.4). При цьому спостерігається зменшення частки даного вікового сегменту, тоді як категорії діти до 14 років та підлітки (15-17 років) збільшили свою частку. Зокрема, найбільший ріст демонструє категорія діти, у 2019 році її обсяг збільшився на 58 чоловік або на 46% у порівнянні з 2018 роком. Популярність послуг приватного підприємства «Меридіан» серед молоді пояснюється орієнтованістю підприємства на задоволення потреб та відповідність смакам саме молодих фізично розвинених людей з активною життєвою позицією, котрі прагнуть випробувати себе, перевірити власні навички, фізичні та моральні сили, здобути новий досвід, переключитися на інший ніж у повсякденному житті ритм життя – від розумової перевантаженості на фізичну роботу, від монотонної роботи за шаблоном до прийняття авантюрних рішень в умовах спортивно-оздоровчого туру.

Види транспорту, якими користувалися туристи МКП «Меридіан», при здійсненні закордонних подорожей, їх розподіл абсолютне та відсоткове відхилення проілюстровані у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Структура транспортного забезпечення закордонних подорожей туристів

МКП «Меридіан», 2018–2020 рр.

Вид транспорту	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Відхилення			
	осіб.	%	осіб.	%	осіб.	%	2019 р. від 2018 р.		2020 р. від 2019 р.	
							Абс.	%	Абс.	%
Повітряний	73	52,9	85	56,3	86	55,1	12	16,4	1	1,2
Залізничний	22	15,9	15	9,9	24	15,4	-7	-31,8	9	60
Автомобільний	43	31,2	51	33,8	46	29,5	8	18,6	-5	-9,8
Морський	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Разом	138	100	151	100	156	100	-	-	-	-

Виходячи з даних табл. 2.5 можна зробити висновок, що найчастіше туристи МКП «Меридіан» свої закордонні подорожі здійснюють повітряним транспортом. У відсотковому відношенні авіа подорожі складають: у 2018 р. – 52,9%, у 2019 р. – 56,3%, у 2020 р. – 55,1%, тобто більше половини всіх поїздок здійснюються саме повітряним сполученням. Це обумовлюється певною віддаленістю від України основних пропонованих туристичних дестинацій: Австрії, Швейцарії, Франції, Словаччини. Зважаючи на те, що ці країни є загальновізнаними центрами гірськолижного туризму та відповідають спеціалізації підприємства, на них припадає найбільший туристичний потік, який забезпечується авіатранспортом.

Також варто зауважити, що значна частка туристів подорожує автотранспортом, зокрема це автобусні тури до Польщі, Франції та Словаччини. Їхня популярність обумовлена значно нижчою ціною та відсутністю ускладнень, при використанні власного гірськолижного спорядження, адже подорожуючи автобусом можна взяти з собою власні лижі, сноуборд, шлем, що інколи не зручно, при подорожах літаком. Певна частина автоподорожей припадає на власний автотранспорт відпочиваючих, коли

туристи, купуючи туристичний пакет на підприємстві, транспортне забезпечення беруть на себе і подорожують автомобілем, що теж забезпечує їм певну економію та певну свободу руху. На приватному автотранспорті подорожують переважно до Австрії, Польщі, Словаччини.

Для успішної роботи підприємства у сучасних ринкових умовах необхідно забезпечувати безперервний кругообіг коштів, при якому витрачаючи ресурси, отримується дохід, після чого він раціонально розподіляється та використовується. Тобто, визначивши джерела коштів, формуються напрями та форми фінансування робіт, проводяться розрахунки з постачальниками матеріально-технічних ресурсів, державними органами (податковою адміністрацією), оплачується робота персоналу підприємства. Такі грошові відносини становлять основний зміст фінансової діяльності підприємства.

Таблиця 2.6

Аналіз показники фінансово - господарської діяльності МКП «Меридіан»

за 2018 - 2020 рр., тис. грн.

Показники	2018	2019.	2020	Відхилення 2020 р. від 2018 р.		Відхилення 2020р. від 2019 р.	
				Абс., тис. грн.	Темп приросту %	Абс., тис. грн.	Темп приросту %
Обсяг наданих тур. послуг туристам, які виїжджали за кордон України	323,5	344,6	365,1	41,6	12,9	20,5	5,9
Витрати, пов'язані з надання туристичних послуг туристам, які виїжджали за кордон України	151,2	174,2	152,8	1,6	1,1	-21,4	-12,3
Платежі до бюджету	22,7	16,8	24,3	1,6	7	7,5	44,6
Балансовий прибуток	68,3	56,3	91,6	23,3	34,1	35,3	62,7
Прибуток на розвиток мат.-тех. бази	14,2	15,7	18,5	4,3	30,3	2,8	17,8

Проаналізувавши фінансову звітність підприємства можна зробити висновок про результати його фінансово-господарської діяльності упродовж трьох останніх років.

Статистичні дані свідчать про те, що найбільший обсяг послуг був наданий у 2020 році і становив 365,1 тис. грн., що на 5,9% більше ніж у попередньому році і на 12,9% більше ніж за підсумками 2018 року. У грошовому еквіваленті абсолютне відхилення показників 2020 року від 2018 складає 41,6 тис. грн.

Паралельно зі збільшенням обсягу реалізованих послуг, змінюються витрати, пов'язані з їх наданням. Так, порівнюючи дані за 2020 та 2018 рр., спостерігається незначне збільшення витрат – 1,1% у відсотковому відношенні. Але, беручи до уваги, дані 2020 та 2019 років – витрати зменшилися на 21,4 тис. грн. або -12,3%, що є позитивною тенденцією і демонструє, що підприємству, збільшуючи обсяги наданих послуг, вдалося раціоналізувати витрати і, за рахунок цього, зберегти власний прибуток. Також з рис. 2.5 помітно, що витрати на здійснення туристичної діяльності є досить низькими, як для туристичної галузі загалом. Це пов'язано з особливостями формування туристичних пакетів, забезпечення та організації турів – оскільки МКП «Меридіан» є туристичним оператором, то воно може вільно встановлювати раціональні ціни та не повинне сплачувати комісії іншим туроператорам.

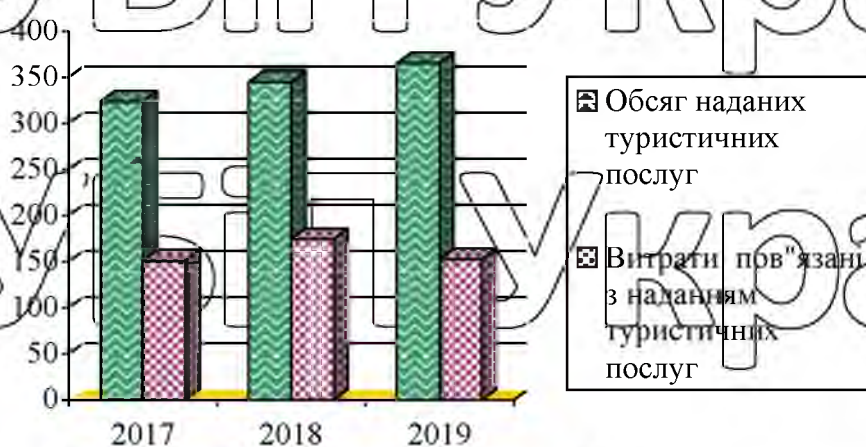


Рис. 2.5. Відношення обсягу наданих послуг до витрат пов'язаних з їх наданням на МКП «Меридіан», 2018-2020 рр., тис. грн.

Також з табл. 2.6 видно, що разом із ростом прибутку, зростає і податкове навантаження на підприємство. Так, рядок «платежі до бюджету» (податок на прибуток) за підсумками 2018 року складав 22,7 тис. грн., у 2019 році – 16,8 тис. грн., а у 2020 році – 24,3 тис. грн. При цьому, за 2020 рік, у порівнянні з попереднім 2019 роком, сплачений податок зріс на 44,6%, що є досить прогнозованим, оскільки прибуток у 2019 році був найнижчим з трьох останніх розглянутих, а прибуток у 2020 році значно зріс. Варто зазначити, що податок міг бути вищим ніж 24,3 тис. грн., але так як відсоткова ставка за новим податковим кодексом щороку знижується, то їх об'єм залишився майже на рівні 2018 року.

Обсяги та тенденції збуту туристичних послуг підприємства у туроднях за останні три роки проілюстровано у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Обсяги збуту турпослуг МКП «Меридіан» за 2018-2020 рр.

Кількість обслугованих туристів, в тому числі	Кількість туроднів наданих туристам						Відхилення, т/д, %			
	2018.		2019		2020		2019 р. від 2018 р.		2019 р. від 2018р.	
	т/д	%	т/д	%	т/д	%	т/д	%	т/д	%
Туристів, які виїжджали за кордон	749	25,3	828	26,6	851	26,6	102	13,6	23	2,8
Туристів, охоплених внутрішнім туризмом	2214	74,7	2280	73,4	2350	73,4	66	3	70	3,1
Разом	2963	100	3108	100	3201	100	238	8	93	3

Проаналізувавши дані табл. 2.7, можна зробити висновок, що найбільше туроднів було реалізовано у 2020 році – 3201, найменше у 2018 – 2963, при цьому динаміка росту за період 2018-2020 рр. складає 13,6% по виїзному туризмі та 3% по внутрішньому, що загалом ілюструє стабільно позитивну динаміку. Також, дані наведені в табл. 2.7 та на рис. 2.6 демонструють, що кількість реалізованих туроднів внутрішнього туризму майже у три рази більша за об'єм туроднів виїзного.

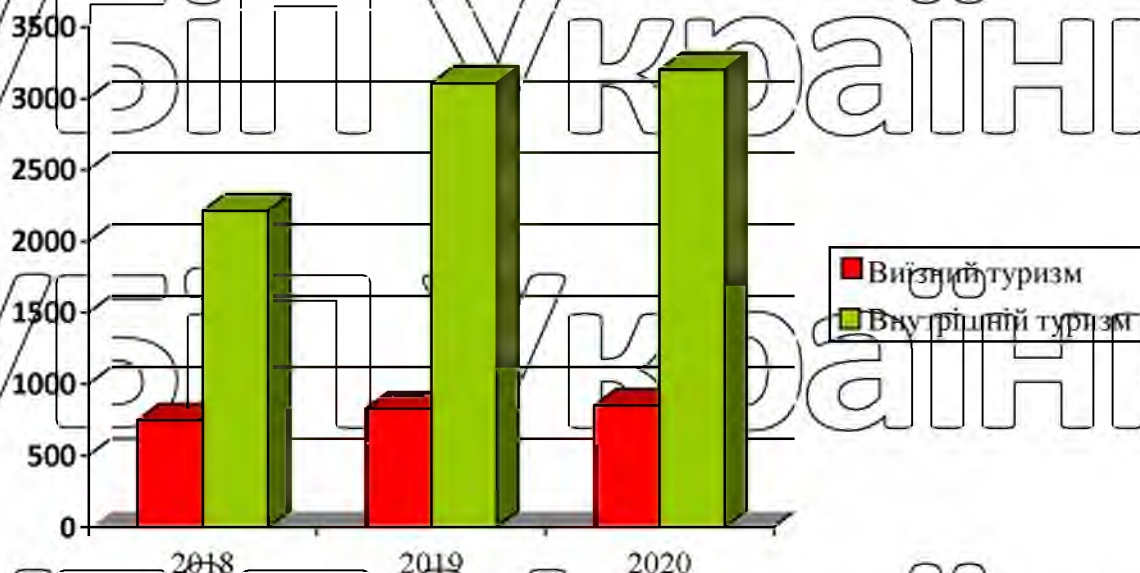


Рис. 2.6. Кількість наданих послуг МКП «Меридіан» у туроднях, 2018-2020 рр.

Отже, МКП «Меридіан» має досить широкий асортимент туристичних послуг. Головним чином діяльність підприємства спрямована на реалізацію власних внутрішніх спортивно-оздоровчих та візитних гірськолижних туризм, оскільки самостійно формуючи і реалізуючи самостійно розроблені тури, забезпечується значно краща рентабельність, ніж при реалізації турів інших туроператорів, при якій доходом підприємства є лише комісійна винагорода.

Відповідно до сезонності змінюється кількість проданих турів у певну взятую країну. В літній сезон, це, звичайно, внутрішні тури сплави карпатськими річками. Внутрішній туризм відіграє важливу роль у діяльності підприємства, оскільки саме він формує близько 80% всього прибутку туристичного підприємства.

Тури закордон влітку на даному підприємстві не користуються популярністю. Також популярними є екскурсійні тури Україною. Взимку підприємством самостійно формуються автобусні тури в Карпати на гірськолижні курорти, а також пропонується відпочинок за кордоном – Австрія, Німеччина, Словаччина, Швейцарія та ін.

Отже, на підприємстві «Меридіан» працює четверо осіб. Організаційна

структура є лінійною, тобто всі працівники підпорядковуються директору підприємства. Аналіз даних звіту №1-Тур за останні три роки показує, що загальна ситуація по продажах туристичного продукту є стабільною, а її динаміка має тенденцію до зростання. За цілями поїздок основним видом відпочинку є спортивний туризм, який здійснюється переважно на території України. Базовий контингент споживачів послуг досліджуваного туристичного підприємства складає молодь (18-28 років). У фінансовій звітності спостерігається стабільний позитивний ріст основних економічних показників.

2.3. Оцінка технологічного забезпечення спортивних програм туристичної агенції «Меридіан»

Для розробки вдалих туристичних програм, які будуть користуватися популярністю серед туристів, будуть конкурентоздатними у порівнянні з турами активного туризму інших підприємств, МКП «Меридіан» має значний досвід роботи у цій сфері, певні наробки та модифікації найпопулярніших маршрутів, варіантів їх тривалості, складності, можливість використання різних транспортних засобів. Також серед варіативних складових у активному туризмі, може бути організація харчування, тобто, враховуючи побажання та особливості туристів (їх вік, стать, фізичні кондиції, вибагливість), формується меню, його різноманітність, об'єм порцій, частота прийому їжі. Є можливість формування святкового меню з додатковими святковими стравами. Досить часто надається додаткова послуга приготування «здобичі» відпочиваючих – наприклад, приготування юшки зі щойно виловленої туристами риби, приготування раків, а також консультування щодо істівності ягід, грибів, можливості використання трав для чаїв, компресів, лікування Іноклі, з ціллю економії або у зв'язку з іншими особливостями групи, туристичне підприємство не надає послуги харчування, а лише, за необхідності, забезпечує потрібним посудом та відповідним спорядженням для приготування їжі на відкритому вогні туристами самостійно. Розрахунок порцій, кількості

необхідної провізії прописується у стандартних калькуляційних картках та адаптується відповідно до потреб групи.

Враховуючи вимоги туристичної групи, визначається вид транспортного забезпечення. Зазвичай, при виборі транспортного засобу, варіюється лише розмір автобусу, залежно від кількості туристів, об'єму речей та обладнання, яке перевозиться разом з ними. При стандартній схемі організації водного сплаву або забезпеченні туру з елементами скелелазіння, на місце початку туру заздалегідь вирушає команда інструкторів, які забезпечують встановлення та приведення до робочого стану спорядження, плавзасобів або альпіністських систем. Досліджуване туристичне підприємство, маючи значний досвід з організації подібних туристичних програм, з легкістю підбере комфортний і економічний спосіб транспортного забезпечення групи.

Дуже суттєвим є вибір спорядження для здійснення спортивно-оздоровчого туру. У водному туризмі, в залежності від підготовки учасників використовуються, здебільшого, катамарани або рафти (додаток Б). Для більш підготовлених та ініціативних туристів пропонуються чотиримісні катамарани, які також бувають дво- і шестимісних типів. Досліджуване підприємство має 15 власних катамаранів, три з яких шестимісні. Дане спорядження виготовлялося самостійно і ремонтується також власними силами. Тобто, на підприємстві знають про всі його особливості, переваги і недоліки, що є позитивним аспектом і забезпечує його ефективне використання, а також швидкий і якісний ремонт у «польових» умовах. Для великих та дитячих груп, а також для більш пасивних туристів пропонується використання рафтів, оскільки у них більша вмістимість (9 осіб), керуванням у рафті займається інструктор, і загалом вони більш безпечні, стабільні, керовані та популярні у світі ніж інші плавзасоби для активного відпочинку. Підприємство має у своїй власності три рафти та планує закупити ще декілька, оскільки їхнє використання більш ефективніше за рахунок більшої місткості та менш трудомістке, порівняно з катамаранами. Для забезпечення сплавів для надвеликих груп або для технічно складних та небезпечних турів, де необхідно використовувати надійне

спорядження на рівень вище наявного, орендують необхідне спорядження у підприємств-конкурентів, що також є економічно вигідним. У підприємства в наявності є велика кількість весел різних розмірів для забезпечення зручності сплавання туристів різних фізичних параметрів. Кожного разу, при підготовці спорядження беруть декілька запасних весел, додатковий балон для катамаранів та ремнабір для оперативного ремонту спорядження.

У холодну пору року, на весні, важливо використовувати терморегулюючий одяг, спеціальні гідрокостюми для запобігання переохолодження. Також обов'язковими є рятувальні жилети, шлеми та взуття для попередження травмування об каміння, гілки або інші плавзасоби.

Існує велика кількість особливостей при русі по водному маршруту. По рівнинних річках судно ведеться у головному потоці, на малих швидких річках пливуть від мису до мису; на прямолінійних ділянках плесів - у головному потоці, а на підходах до перешкод та при їх подоланні - поза ним. На мілких місцях частина команди зістрибує у воду, тримаючись за краї плоту. На великих порогах вантаж знімають, всі сходять із плоту та пускають його на довгій мотузці [85, с. 64].

Проти течії судно ведуть ближче до опуклих берегів, для проходження перешкод використовують проводку, обніс або волок. Проводять плавзасіб вздовж берега, де найменша глибина, не перетинаючи головного потоку. Завантаження катамарану здійснюється на мілкому місці, біля низького берега. При цьому один турист завантажує судно, а другий, стоячи на березі, подає йому речі. Починати завантаження речей на катамаран дозволяється лише тоді, коли катамаран знаходиться на мілині і не торкається балонами дна чи каміння. Завантаження катамарану на суші може привести до пошкодження балонів.

Сідають у судно, коли воно знаходиться на плаву, рятувальні засоби одягнені й закріплені. У катамаран сідають попарно спочатку носові гребці, а потім поступово туристи, які сидять за ними, і так далі. Останніми сідають капітан та помічник капітана, які на протязі всього часу утримують катамаран від руху. Якщо попарний спосіб посадки неможливий через високий берег чи

велику глибину, катамаран утримують одним балоном (правим) до берега. Поки туристи з правого балону тримають катамаран, забезпечуючи його стійкість, інші по жердинах переходять на лівий балон з веслами в руках і займають свої місця. Після цього капітан і перший учасник утримують катамаран, очікуючи посадки групи правого балону, і сідають самі після них.

Темп веслування встановлюють передні веслярі, а керують катамараном капітан та його помічник. Руки при веслуванні повинні бути сухими, інакше на долонях з'являються мозолі. Під час руху членам екіпажу не можна вставати, при швидкій течії різко гальмувати, підходити впритул до інших плавзасобів.

Плавзасоби повинні рухатись так, щоб капітан кожної з них міг бачити та чути керівника походу, якого він у випадку вимушеної зупинки попереджує про це.

На мілкому місці (дрібні брижі, безладна хвиля) потрібно бути уважним: дно може виявитися покритим дрібним гострим камінням, небезпечним для балонів катамарана або рафта. Потрапляючи на мілину капітан катамарану дає команду і учасники сходять з катамарану, розвантажуючи його. При потребі можна його пронести кілька метрів або транспортувати за допомогою мотузки. Повернувшись у глибокий потік, учасники знову сідають на катамаран [79, с. 66].

На крутому повороті річки - вода, ударяючись в стрімкий берег, створює вирви та наніс піску біля протилежного берега. Якщо ж за одним поворотом йде інший, але в протилежний бік, утворюється переказ. Проміжок між двома мілинами - єдиний прохід для суден, так зване «корито». Найбільш мілке місце на таких ділянках - гребінь переказу, за яким, як правило, починається глибина. Лінію руху на переказі керівник вибирає по темнішому кольору води (найглибше місце) між мілинами [49, с. 90].

При розділі річки на декілька рукавів утворюються невеликі островки. Йти рекомендується по найбільш багатководному рукаву, з сильною течією, точно по сліду тих, що йдуть попереду, уважно вдивляючись у воду та обходячи можливе каміння. Відставання у водній подорожі, як і у пішій, неприпустиме. Замикаючим у колоні повинен бути заступник керівника групи. У нього знаходиться і ремонтний набір.

Поромну переправу необхідно проходити під тросом біля найвищого берега. Ні в якому разі не можна хапатися за трос, тому що течія почне розвертати плавзасіб і може його перекинути. Понтонні мости на шляху руху також мають власну специфіку проходження. Не доходячи до мосту, причалюють до берега, керівник оглядає міст, вибирає місце проходу та залишає там сигнальника. На судна сідають тільки капітани та їх заступники, інші веслярі обходять міст пішки. Вони відходять на байдарках до 100 м від мосту та на швидкості відправляють судно в прохід. Рухаючись між понтонами, весляр кладе весла вздовж борту, пригинається, а судно йде за течією. За мостом знову причалюють до берега, саджають інших веслярів та рухаються далі [21, с. 56].

Туристи-водники повинні пам'ятати, що для управління судном потрібна швидкість. Тому перед перешкодою потрібно сильно гребти, щоб плавзасіб йшов швидше та краще піддавався управлінню. Особливо це треба враховувати при проходженні порогів, які, перш, ніж їх подолати, уважно оглядають з берега. Судовий хід йде там, де струмені води сходяться, утворюючи правильний трикутник, звернений вершиною вниз. Через дуже складні пороги судна проводять страхувальною мотузкою з берега.

Проходячи під мостом на палях, треба попередньо оглянути його, інакше можна наскочити на старі палі та проколоти балони катамарана. На судноплавних річках під мостом проходять у визначеному ромбом або квадратом місці.

Турист-водник повинен вміти читати умовні позначки, встановлені на річках, та орієнтуватись у судноплавній обстановці, знати елементарні правила плавання по внутрішніх водних шляхах. Повинен він також знати, що не можна близько підходити до пароплавів, барж, інших транспортних засобів, що рухаються. Взагалі на судноплавних річках треба йти ближче до берега, не захарашуючи головний фарватер ріки [37, с. 63]. Перший, хто помітив судно, що наближається, повинен негайно повідомити про це керівника та повернути байдарку перпендикулярно до хвилі. Велику небезпеку для катамаранів та

рафтів представляють моторні човни, яких дуже багато у міській смузі та біля великих населених пунктів.

У водному поході, як і у пішому, зупинятись на нічліг необхідно заздалегідь, щоб до темряви встигнути розбити табір та приготувати вечерю.

При зупинці на нічліг судна розвантажують, виносять на берег та перевертають дном або балонами нагору, щоб роса та дощі не намочили внутрішню частину судна. Під час привалу рафти та катамарани без нагляду не можна.

При організації велосипедних турів, важливою є надійність техніки, її ремонтпридатність, практичність (наявність багажника, зручного сидіння, відрегульованих перемикачів передач, гальм). На групу туристів обов'язково має бути один або декілька ремонтних наборів, залежно від кількості туристів у групі. Всі відпочиваючі мають бути у відповідному спортивному одязі, зручному взутті та у шлемах. Багаж та групове спорядження розподіляється серед членів групи та перевозиться на багажниках велосипедів, легкі та невеликі речі можна перевозити у рюкзаках за плечима.

У пішохідному туризмі важливим є одяг, взуття, рюкзаки, якими користуються туристи. Спорядження має бути спеціальне, з мінімальною вагою, вироблене з використанням «дихаючих» технологій (Gore-Tex, eVent).

Взуття краще використовувати легке за вагою, але з товстою рифленою підошвою, та краще всього, щоб це були високі черевики по щиколотку, для хорошої фіксації та захисту ніг від вивихів та розтянень. Одяг бажано використовувати багат шаровий, тобто значно практичніше взяти футболку, сорочку та тонку куртку і комбінувати їх, залежно від температури та інтенсивності навантаження, ніж один товстий светр чи куртку, які не дають варіантів терморегуляції. Дуже важливою є конструкція та об'єм рюкзака, оскільки існує велика кількість підвісних систем, необхідно підібрати індивідуально найзручнішу, яка буде ефективно розподіляти навантаження по тілу. Об'єм рюкзака повинен якомога ближче відповідати складності та тривалості туру.

Основним напрямком діяльності досліджуваного підприємства є

організація та проведення водних спортивних сплавів, турів з елементами скелелазіння, гірськолижних турів в Україні і закордоном, а також екскурсійних автобусних турів Україною.

В теплий період року великою популярністю користуються сплави річкою Біла Тиса (пороги 1-3 категорії складності). Ця ріка має цікаві пороги другої і третьої категорії складності, добре прогрівається і є досить живописною, тому популярна, як серед новачків, так і у досвідчених туристів. Протяжність дозволяє організовувати тури різної тривалості, але найбільшим попитом користуються дводенні та триденні тури. Оскільки водні відрізки технічно не дуже важкі, то можна формувати тури різної інтенсивності, навіть до 50 кілометрів на день. У стандартному турі середня дистанція на день складає 10-15 кілометрів.

Детальна інформація про категорії складності річок в Україні подана у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Категорії складності річок придатних для спортивно-оздоровчого туризму

Категорія складності річки	Характеристика
1	2
Категорія 1 – прості	Швидка вода з вираженими потоками і невеликими валами. Перешкод небагато, всі очевидні і їх легко обійти. Ризик невеликий, самопорятунок простий.
Категорія 2 – для початківців	Прямі пороги з широким і чистим основним струменем, який добре видно з води. Час від часу необхідний маневр, але всі камені і середні вали легко обходяться тренованими веслярами. Травми поза човном рідкісні і групова взаємодія при страховці рідко потрібна.
Категорія 3 – середньої складності	Пороги з помірними нерегулярними валами, які досить складно обійти. Часто необхідний складний маневр на швидкій течії повний контроль човна у вузьких проходах і зливах. Травми поза плавзасобом рідкісні, самопорятунок досить простий.
Категорія 4 – підвищеного рівня складності	Потужні, інтенсивні, але передбачувані пороги, які вимагають високої точності управління плавзасобом в турбулентному потоці. Залежно від характеру річки можна спостерігати великі вали і бочки, які не можна обійти, а також вузькі проходи, що вимагають точного і швидкого маневру під впливом струменя. Перегляд з берега необхідний. Ризик отримати травму поза плавзасобом варіюється від середнього до високого. Умови води роблять самостійний порятунок ускладненим.

1 Категорія 5 – для досвідчених	2 Довгі, потужні пороги, які піддають весляра небезпеці вище середньої. Один злив йде за іншим, змінюючи напрямок потоку, що вимагає складної траєкторії руху. Огляд з берега обов'язковий, але часто ускладнений рельєфом і відстанню. Сплав поза човном дуже небезпечний, а страховка складна навіть для експертів.
Категорія 6 – екстремальні	Таві річки становлять найвищий ступінь екстремальної складності, непередбачуваності і небезпеки. Наслідки помилок дуже серйозні, а рятувальні роботи можуть бути взагалі неможливі. Призначені тільки для груп професіоналів, за певного рівня води, тільки після ретельного вивчення води та вжиття всіх заходів безпеки.

Іншими популярними ріками, які використовуються для туристичних сплавів є Чорний Черемош (3 категорія складності), Білий Черемош (пороги 3-4 категорій), Черемош (2 категорія), Чорна Тиса (2-3 категорії) – бурхливі у весняну пору року ріки, дуже стрімкі, захоплюючі та знані серед туристів, Дністер, Збруч та Десна – спокійні рівнинні ріки, які популярні серед туристів через свою мальовничість [25, с. 45].

При наданні будь-якого виду туристичних послуг дуже важливо детально прораховувати всі аспекти, які забезпечують цінність туру для клієнтів, всі можливі нюанси, які можуть виникати при наданні туристичної послуги. Від їхньої якості, відповідності потребам туристів та швидкості реалізації залежить рівень задоволення від їх отримання, подальша лояльність до конкретного підприємства, що забезпечує неабияку конкурентну перевагу і, відповідно, рівень прибутку організаторів.

Основними послугами, які входять до складу туристичного пакету є: транспортне забезпечення, розміщення, харчування та розважальні заходи. У сфері спортивно-оздоровчого туризму елементи туру мають певну специфіку.

Висновки до розділу 2. Отже функцію спортивно-оздоровчого туризму є кардинальна зміна звичного способу життя, використання незнайомого спорядження, нових речей у цікавих пригодницьких умовах. Задача організаторів подорожей - туристичного підприємства - при плануванні спортивних турів, забезпечити туристам якомога комфортніше використання незнайомих засобів у незвичних умовах, організувати здорове, корисне харчування, міцний сон та залишити багато яскравих вражень.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ СПОРТИВНИХ ПРОГРАМ В ТУРИЗМІ

3.1. Оптимізація технології розробки спортивних програм у складі турпродукту туристичної агенції «Меридіан»

Більшість спортивних турів, які реалізуються досліджуваним підприємством не забезпечуються специфічними розважальними програмами.

Для більшості відпочиваючих, особливо для новачків, такі аспекти туристичної діяльності, як перебування на природі, ночівля у наметах, польова кухня на відкритому повітрі, не кажучи вже про саме сплавлення на плавзасобах: катамаранах, рафтах, байдарках та використання специфічних засобів безпеки:

рятувальних жилетів, шлемів, гідрокостюмів, являються новими і захоплюючими. Для багатьох такий тип фізичної активності, як гребля та плавання являються досить виснажливими та важкими фізично. Зате більш досвідчені та витривалі туристи дуже радо беруть участь у повторних проходженнях порогів, не зважаючи на необхідні для цього «обноси», коли для

повторного проходження порогів необхідно піднести плавзасіб по берегу на початок цікавої для туристів дистанції. Також багатьом цікаво дослідити місцеві природні та архітектурні пам'ятки, мальовничі місця, пофотографувати їх, збирати гриби та ягоди, досить часто туристи займаються риболовлю, самостійно або з допомогою супроводжуючих інструкторів та поварів готують

власний улов. Увечері біля вогнища туристів розважають супроводжуючі їх інструктори, які знають велику кількість туристичних байок, переказують власний цікавий досвід. Такі розповіді, зазвичай, дуже цікаві відпочиваючим,

оскільки щойно поринувши у цікавий та новий для них світ спортивно-оздоровчого туризму, вони хочуть дізнатися про нього значно більше, співставити почуті розповіді зі своїм власним досвідом та уявленнями. Досить часто відбуваються колективні співи, при яких у центрі уваги, зазвичай,

Інструктори, які знають велику кількість веселих та популярних пісень та створюють дружню, приємну атмосферу у таборі. Іноді туристи беруть із собою гітару та влаштовують свою власну розважальну програму.

При організації корпоративного відпочинку, час від часу, влаштовуються тематичні квести, конкурси, які гуртують співробітників у неформальних умовах, дозволяють краще пізнати одне одного, розглядати нові, у звичайному житті не помітні, якості, краще здружитися та зрозуміти одне одного. У професійній сфері такі заходи досить популярні та ефективні, оскільки, як відомо, для досягнення успіху будь-якою компанією, важливо не тільки грамотне управління і професіоналізм співробітників, але і згуртований і дружній колектив. Таке явище, як тимбілдинг (від англ. team building - «нобудова команди») спрямоване саме на це.

Тимбілдинг популярний та актуальний на сучасних підприємствах, адже кожна організація прагне мати співробітників, які зможуть нестандартно мислити в звичайних ситуаціях і знаходити креативні рішення простих проблем, ділитися своїм досвідом зі своїми співробітниками, а не просто рутинно виконувати свою роботу.

Тимбілдинг - це спеціально розроблені заходи, спрямовані на згуртування колективу, формування сильної команди, що успішно досягає будь-яких поставлених цілей. До складу цього явища входить і проведення корпоративів, і спільний активний відпочинок на природі, і психологічні ігри, які моделюють життя всередині колективу і направляють його на спільну ефективну діяльність [52, с. 93].

Директору фірми, який бажає мати саме такий колектив, буде корисно здійснювати тимбілдинг за допомогою спеціальних тренерів, які спрямують команду на вироблення командного духу, навчають працювати колективно, виявлять лідерів, а також допоможуть створити атмосферу неформального спілкування і досягти психологічного розвантаження.

Особливу роль у реалізації тимбілдинг-тренінгів грає місце їх проведення. У теплу пору року дуже корисно проводити їх на природі, подалі від звичної

обстановки офісів. Тут прихований певний сенс. Коли співробітники, які зустрічаються тільки в стінах офісу, потрапляють у незвичні для них умови, набагато легше виявляються неформальні лідери, взаємні симпатії чи, навпаки, конфлікти. Також свіже повітря сприяє психологічному розвантаженню. Так для тренерів буде простіше вибрати відповідні ігри на об'єднання для конкретного колективу.

Тренери з тимбілдінгу озброєні величезним запасом ігрових вправ. Учасники повинні слідувати завданням інструктора, і таким чином, пройти всі етапи тренінгу.

Проводити тренінги краще в робочі дні, щоб уникнути ситуації появи співробітників, які «не можуть» або «не хочуть» в них брати участь [64, с. 45].

Етапи проведення тимбілдінг-тренінгів [43, с. 50]:

1. Формування команд. Це робиться заздалегідь, наприклад 3-4 команди по 5-10 чоловік, залежно від чисельності співробітників. Краще формувати команди випадково, це буде ефективніше в психологічному плані.

2. Кожна команда обирає капітана, придумує назву і девіз, який потрібно використовувати на всіх етапах тренінгу.

3. Безпосередньо вправи. На свіжому повітрі це можуть бути різні ігри на подолання перешкод, дослідження місцевості, спортивні ігри (футбол, волейбол, картинг, а також дуже популярна у тимбілдінгу гра в пейнтбол).

4. Підведення підсумків тренінгу. Учасники можуть обговорити свої дії під час різних етапів тренінгу, провести аналіз допущених помилок і досягнень. Переможці змагань отримують нагороди, решта - пам'ятні призи.

По завершенню тренінгу, відбувається згуртування колективу, вирішення конфлікту та зняття напруги. А якщо і сам керівник братиме участь у вправах на рівних правах з іншими співробітниками, то це підвищить довіру до нього і розуміння його рішень.

Саме для корпоративних клієнтів, за допомогою відповідних фахівців, варто розробити декілька професійних тимбілдінгових програм, які були б спрямовані саме на розвиток певних необхідних на підприємстві якостей, командного духу, довіри, відповідальності тощо. Тобто, оскільки даний напрям

є дуже перспективним, підприємству необхідно запросити до співпраці професійного психолога у сфері корпоративних відносин, для того, щоб він розробив декілька базових тимблдингових програм та навчив особливостям їх проведення персонал підприємства.

Дещо іншим різновидом послуг для корпоративних клієнтів може стати, так зване, екстрим-випробування – комплекс певних неординарних заходів для перевірки потенційних майбутніх керівників, їх професійної придатності, вміння швидко знаходити вірні рішення, брати на себе відповідальність, оперативно керувати наявними ресурсами. Таке випробування досить ефективно та позитивно себе зарекомендувало на багатьох підприємствах, адже, у екстремальних умовах якомога ближче до дійсності розкриваються особливості характеру людини, її особисті якості, позитивні та негативні сторони.

Програма таких випробувань може складатися з:

- орієнтування у лісі за допомогою компасу, руху по азимуту з пошуком контрольних пунктів;
- переправи вброд ріки у місці з досить сильною течією;
- подолання вброд замуленої заплави або струмка;
- підйому та спуску на скелях за допомогою альпіністського спорядження;
- 50-ти кілометрового сплаву катамарані річкою Південний Буг з подоланням порогів.

Упродовж випробування всі дії учасника оцінюються у балах і в кінці виводиться загальний рейтинг кожного члена групи. На основі цих рейтингів керівництво має уявлення про характер та особливості кожного з працівників та робить свої висновки.

Подібні випробування доцільно пропонувати і активним туристам, наприклад молоді, яким завжди цікаво змагатися, самостверджуватися, прагнути до встановлення авторитету усередині власної соціальної групи. Для організації подібного туру-випробування можна модифікувати традиційний водний тур, або створити новий турпродукт з елементами різних видів

спортивно-оздоровчого туризму, наприклад: велотуризму, водного туризму та скелелазіння. Подібні тури можна пропонувати і у якості подарунку на свята, Дні народження для досвідчених туристів або, навпаки, для тих, хто тільки починає відкривати для себе захоплюючий світ активного туризму.

Для реалізації даних послуг підприємство має всі необхідні ресурси, залишилось лише повідомити потенційних клієнтів про її наявність, варіативність та ефективність.

Отже, на ряду з традиційними розважальними заходами, характерними для спортивно-оздоровчого туризму, МКП «Меридіан» має також значні перспективи розвитку у сфері професійної організації корпоративного відпочинку, може підготувати та детально розробити за допомогою психологів заплановані на ринку у даний момент програми тимбіндингу. Такі програми можна пропонувати, як компаніям-клієнтам з власної бази даних, так і новим клієнтам, яким необхідні послуги саме такого типу. Також підприємство може позиціонувати себе, як фахівця з організації індивідуального відпочинку, організації захоплюючих пригод та випробувань для туристів, котрі хочуть себе проявити у ситуаціях складніших ніж умови базового туру. Досить популярними можуть стати ознайомлюючі тури у яких демонструватимуться різноманітні особливості окремих видів спортивно-оздоровчого туризму.

3.2. Обґрунтування та розробка ефективного спортивно-оздоровчого туру туристичної агенції «Меридіан»

Загалом, для основної маси туристів, головним атрактивним чинником, який реалізовує розважальну функцію є саме здійснення спортивно-оздоровчої туристичної діяльності, тобто заміна звичного способу життя на щось несхоже та нове для них у незвичайному середовищі. Відпочиваючих цікавить у першу чергу дух авантюризму, здатність пристосовуватися до нових умов.

Найпопулярнішим, базовим туристичним продуктом для досліджуваного підприємства є спортивний дводенний водний тур рікою Дністер. Програма туру наведена у табл. 3.1.

Програма базового туру «Вихідні на річці»

День	Розпорядок дня
1 день	08:00 Зустріч групи на залізничному вокзалі м. Івано-Франківськ.
	10:00 Прибуття на місце початку туру. Збирання катамаранів. Обід. Інструктаж по техніці безпеки і основам управління плавзасобами.
	12:30 Початок сплаву по р. Прут: с. Микуличин - с. Татарів, 12 км.
	16:00 Прибуття на місце стоянки. Розбиття табору. Купання, риболовля.
	18:00 Вечеря. Вогнище, пісні, ігри, конкурси.
2 день	8:30 Підйом. Водні процедури
	09:00 Сніданок. Підготовка до продовження туру.
	10:00 Старт другого дня. Сплав с. Татарів - м. Ворохта 17 км
	14:00 Обід. Огляд водоспаду
	18:00 Прибуття на залізничний вокзал у м. Івано-Франківськ.

Оскільки даний тур популярний у широкого кола туристів, то спостерігається високий рівень конкуренції у даному напрямку. Порівняльна характеристика споріднених турів конкурентів подана у таблиці 3.2.

Аналіз даних таблиці 3.2 свідчить про відсутність значних відмінностей між основним елементами туру та їх особливостями. Принципових відмінностей у використанні різних марок спорядження немає, оскільки у всіх аналізованих підприємств воно має досить високий рівень якості та забезпечує належний комфорт, при використанні. Суттєва різниця помітна у цінах на тур туристичного підприємства «Адріа-турс» та інформаційно-туристичного центру «Св. Марії Вард». Останній діє під патронатом Римської католицької церкви, тури ІТЦ «Св. Марії Вард» крім спортивно-оздоровчої, мають ще й просвітницьку мету. Кошти залучені від турів йдуть на потреби нужденних. Щодо туристичного підприємства «Адріа-турс», то воно використовує політику низьких цін, за рахунок чого приваблює до себе туристів з низьким рівнем платоспроможності, різноманітні бюджетні та благодійні організації, при цьому отримуючи значно нижчий дохід ніж у конкурентів, що, у свою чергу, не дає змогу підприємству розвиватися, оновлювати обладнання та позиціонувати себе, як успішних та професійних лідерів напрямку. На нашу думку, дана політика не є ефективною та не робить дане підприємство прямим конкурентом МКП «Меридіан».

Порівняльна характеристика базових турів підприємств-конкурентів

Елемент туру	Назва підприємства							
	«Меридіан»		«Адрія-турс»		«Св. Марії Вард»		«Royal Dream»	
	Стандарт	Преміум	Стандарт	Преміум	Стандарт	Преміум	Стандарт	Преміум
Вартість, грн.	1950	2350	1950	2150	1550	1830	1950	2220
Харчування	-	4 рази/2 дні	-	4 рази/2 дні	-	4 рази/2 дні	-	4 рази/2 дні
Транспортний супровід вздовж маршруту	-	+	-	+	-	+	-	+
Робота інструктора	+	+	-	+	+	+	+	+
Страхування	Обов'язково включене	Обов'язково включене	Обов'язково включене	Обов'язково включене	Обов'язково включене	Обов'язково включене	Обов'язково включене	Обов'язково включене
Катамаран	Власного виробництва	Власного виробництва	Неріс	Неріс	Власного виробництва	Власного виробництва	Власного виробництва	Власного виробництва
Намети	Terra Incognita 2-місні	Terra Incognita 2-місні	Terra Incognita 3-місні	Terra Incognita 2-місні	Cavery 3-місні	Trimm 2-місні	Terra Incognita 2-місні	Terra Incognita 2-місні
Рятувальні жилети	Власного виробництва	Власного виробництва	Ordana	Ordana	Ordana	Ordana	Ordana	Ordana
Спальники	Власного виробництва	Власного виробництва	PanAlp	PanAlp	NATO	NATO	Власного виробництва	Власного виробництва

НУВБІП УКРАЇНИ

Враховуючи рівень конкуренції у галузі та темпи росту популярності даного напрямку, варто заздалегідь подумати про створення нових турів, з новими цікавими елементами, спорядженням, способом здійснення руху, можливо іншим рівнем складності для задоволення потреб досвідчених туристів, які шукають щось нове, що відрізняється від їхнього попереднього досвіду.

НУВБІП УКРАЇНИ

Також підприємство повинне заохочувати нових туристів різноманітними промо-акціями, безкоштовними ознайомчими запливами на катамаранах та рафтах в межах інших турів, польовою кухнею у вихідні дні у паркових зонах, поблизу водойм у межах міста або іншими подібними заходами, які будуть помітними та доступними для широкого кола споживачів та будуть спрямовані на потенційних клієнтів.

НУВБІП УКРАЇНИ

Для підтримання цікавості туристів, які вже користувалися послугами підприємства, необхідно пропонувати модифікації турів, які їм сподобалися, формувати нові, унікальні пропозиції, нові напрямки, способи здійснення, засоби руху по маршруту, різноманітні варіанти тривалості, складності маршрутів. Наприклад, у наш час набрав популярності велотуризм. Він є досить доступним, як для відпочиваючих так і для організаторів відом спортивно-оздоровчого туризму, який користується популярністю у тих самих категорій споживачів, що і водний туризм.

НУВБІП УКРАЇНИ

Велотуризм у світі добре розвинутий, зокрема у Західній Європі, США та Австралії, в Україні він також активно набирає оберти. Загалом, велосипедний туризм в Україні має давні традиції. По матеріалах українських часописів перші «Спілки велосипедистів-аматорів» засновані в Харкові, Севастополі та Одесі у 1887 році. З тих часів були зльоти та занепад у велосипедному русі в Україні, але найбільшого поширення велотуризм набув у радянські часи. Перші секції велотуризму при клубах та підприємствах почали з'являтися у 50-ті роки двадцятого століття. Перша комісія велосипедного туризму з'явилася в Клубі

НУВБІП УКРАЇНИ

туристів Харкова у 1969 році. За кілька років комісії велосипедного туризму почали роботу у Житомирській області, Донецьку, Запоріжжі, Києві, Дніпропетровську, Сімферополі, Одесі та інших містах. В 1979 р. вперше в

Україні в м. Харкові, були проведені республіканські змагання з техніки велосипедного туризму [30, с. 23].

Сьогодні велокомісії активно працюють в 11-ти осередках України. З кожним роком кількість всеукраїнських велосипедних змагань поступово зростає. У Івано-Франківській області даний вид туризму розвинений досить слабо, хоча і має значні перспективи розвитку.

Основним атрактивним об'єктом спортивно-оздоровчого туризму у Прикарпатському регіоні являється ріка Прут та Карпатські гори, мальовнича природа та скельні формування. Тому, на нашу думку, досить популярним та прибутковим напрямком туристичної діяльності для досліджуваного підприємства може стати велосипедний туризм вздовж ріки та гірськими тропами. Алгоритм проведення велотурів досить схожий на організацією водних сплавів, на яких спеціалізується МКП «Меридіан», окрім основного засобу руху по маршруту – велосипедів замість плавзасобів.

У підприємства є значна частина матеріально-технічної бази для реалізації велосипедних подорожей: намети, спальники, туристичні килимки – придатні для мандрівок такого типу, оскільки виготовлені з сучасних, легких матеріалів і тому можуть перевозитися туристами

самостійно на багажниках, як це прийнято у велотуризмі. Звичайно у підприємства наявне і інше групове спорядження: казанки, спорядження для готування на вогнищі та посуд – які також цілком придатні для використання у велоподорожах. Головний елемент для здійснення велотуризму, який власне, і робить його оригінальним, цікавим і захоплюючим – велосипеди, для початку

планується брати в оренду у відповідних підприємств міста – прокатних центрів, яких у м. Яремче нараховується не менше двох. Для великих груп можна скористатись прокатними центрами велосипедів м. Микуличин – там їх нараховується близько п'яти. Для забезпечення туристів велосипедами, необхідно укласти домовленості на певних обопільно вигідних умовах, при яких

туристичне підприємство отримує у своє розпорядження велосипеди, забезпечуючи ними туристів, а орендодавець реалізує свої послуги у оптових обсягах.

До запровадження на МКП «Меридіан» пропонується комбінований дводенний велосипедно-водний тур вздовж р. Прут протяжністю 26 км. Даний маршрут проходить по мальовничим місцям, є досить цікавим, як для водних туристів, так і для велосипедистів. У відпочиваючих на даному маршруті є унікальна можливість упродовж одного туру спробувати себе у якості велосипедиста та дослідити стежки над рікою, і пройти пороги на катамаранах або рафтах.

Для організації даного туру необхідно мінімум 8 осіб, четверо з яких рухатимуться річкою на катамарані, а інша четвірка – на велосипедах вздовж ріки, дублюючи той самий маршрут. Ночівлі проходитимуть у одному загальному таборі, де надаватимуться харчування, нічліг та проводитимуться розважальні заходи. На другий день туру відпочиваючі матимуть можливість помінятися місцями і продовжувати подорож іншим способом. Як суходільна, так і водна частини маршрутів не важкі для подолання, а дистанції мінімальні – 13,6 кілометрів упродовж першого дня на відрізку м. Яремче – с. Микуличин, 12,4 км протягом другого дня, від с. Микуличин до с. Татарів. Програма запропонованого туру подана у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Програма велосипедно-водного туру «м. Яремче – с. Татарів»

День	Розпорядок дня
1 день	09:00 Зустріч групи на залізничному вокзалі м. Яремче
	10:00 Прибуття на місце початку туру м. Яремче. Огляд водопаду на річці Прут. Збирання катамаранів. Підбір велосипедів. Обід. Інструктаж по техніці безпеки і основам управління плавзасобами та правилам руху у групі на велосипеді.
	12:30 Початок руху по/вздовж р. Прут. Проходження порогів. Скелі Довбуша.
	16:00 Прибуття на місце с. Микуличин. Розбиття табору. Купання, риболовля.
	18:00 Вечеря. Вогнище, пісні, ігри, конкурси.
	8:30 Підйом. Водні процедури
2 день	09:00 Сніданок. Підготовка до продовження туру.
	10:00 Старт другого дня. Мета – гірський масив «Скелі Довбуша». Катання після порогів на катамаранах, велосипедах, купання.
	14:00 Обід – справжній карпатський банош. Огляд старого млина. Огляд озера.
	18:00 Прибуття у село Татарів.

Як ілюструє табл. 3.3, даний тур майже не відрізняється від базового, але оригінальний та цікавий можливістю подолання дистанції на велосипеді, що є досить перспективним для розвитку напряму велотуризму на підприємстві.

Даний маршрут доступний для новачків та цікавий досвідченим туристам, котрі і раніше сплавлялися р. Тисою, але не долали дану дистанцію на велосипеді, що також досить цікаво. Такий тур може зацікавити відпочиваючих у інших можливих видах велосипедних маршрутів.

Прикладом інноваційного та перспективного туру, який пропонується до запровадження на досліджуваному МКП «Меридіан» є спортивний тур

«Екстремальне випробування». Даний варіант активного відпочинку пропонується досвідченим фізично розвиненим туристам, активній молоді, які прагнуть до незвичайних, екстремальних та незабутніх пригод та вражень,

потребують самоствердження та певної ідентифікації, як сильних, сміливих, витривалих та сучасних людей. Також даний тур може використовуватися у

корпоративних цілях для виявлення здатності приймати рішення у екстремальних умовах, стійкості у стресових ситуаціях, визначення швидкості реакції та нестандартності мислення. Тобто, для визначення найбільш підходящих

кандидатів на ключові посади у топ-менеджменті великих підприємств, доцільно

використовувати дану програму, оскільки вона дозволяє побачити важливі для керівників риси характеру, їх стресостійкість та лідерські якості.

Сучасній людині необхідні різні типи пригод, які можна отримати в процесі спортивно-оздоровчого туризму:

- Пригоди тіла. Подорожі, спортивні змагання на спритність, силу, витривалість.

- Пригоди емоційні. Особисті переживання, співпереживання, колективні емоції. Драми, гумор. Частина релігійної діяльності.

- Пригоди розуму. Пошук, аналіз і синтез інформації. Розкриття таємниць і загадок. Швидке вирішення поточних задач. Навчання, дослідницька діяльність.

- Пригоди духу. Релігійна, філософська діяльність. Провидіння,

прогнози. Таємниці перероджень, інкарнацій, питання буття. Шаманізм. Духовні практики [32, с. 35].

Даний тур включає подолання водної дистанції, порогів, перехід струмка за допомогою маятникової системи та по подолання річки по натягнутій альпіністській мотузці у спеціальній «системі», орієнтацію на місцевості (рух по заданому азимуту і відстані), підйом та спуск на скелях, які можна організувати на тих самих локаціях, що й базовий дводенний сплав та головне випробування туру – політ на парашути. При цьому політ на парашути доцільно організувати з полонин за 30 кілометрів від Яремче або альтернативний варіант – стрибок із парашутом. Останній є менш зручним варіантом, оскільки передбачає трансфер до м. Львів. Алгоритм подолання перешкод залежить, в основному, від етапу водної дистанції, адже базою даного туру все ж таки є водний сплав. У зв'язку з тим, що даний тур передбачає досить високий рівень фізичного навантаження та потребує унікальних локацій для всіх видів випробувань, він буде дещо триваліший та виснажливіший за стандартний дводенний сплав.

Тур «Екстремальне випробування» починається на березі р. Прут поблизу м. Яремче зі знайомства з супроводжуючими інструкторами та ознайомлення з метою та маршрутом подорожі, потім проводиться інструктаж з техніки безпеки на воді і основ управління плавзасобами. Після цього плавзасоби та їх екіпажі спускаються на воду та починається рух вниз за течією до першого з випробувань – подолання скель Довбуша. На даному етапі з'являються елементи скелелазіння. Скелелазіння — вид спорту, який полягає у вільному лазінні (найчастіше — сходженню) по природному (скелі) або штучному (скалодром) рельєфу. Це самостійний вид спорту, який вийшов з альпінізму й нерозривно пов'язаний з ним.

Різниця між альпінізмом і скелелазінням в тому, що в скелелазінні, як правило, є постійні (статичні) точки опори - гаки, які забетоновані у скелю, а в альпінізмі навпаки, всі точки страхівки, як правило, є тимчасові (закладки тощо), а також що альпінізм, на відміну від скелелазіння, дозволяє лазіння із

застосуванням спеціальних інструментів та додаткового спорядження.

Учасникам необхідно здійснити підйом на вершину за допомогою альпіністського спорядження, мотузок та страховки, а також безпечно спуститися зі скелі. Спуск по вертикальних перилах часто називають спуском способом «дюльфер». Він здійснюється на крутих схилах, середня крутизна яких не менше 60 градусів. Організація спуску вимагає закріплення мотузки за допомогою вузла «карабінна удавка» до надійної опори (вертикальні перила) і організації самостраховки та командної страховки.

Самостраховка здійснюється за допомогою петлі «прусика» і вузла «схоплюючий», який в'яжеться на вертикальних перилах. Для забезпечення безпеки спуску використовується пристрій «вісімка» або «рогатка». Цей пристрій дозволяє набагато збільшити силу тертя, в порівнянні з тим, якщо мотузку пропускати тільки через карабін. Якщо мотузку накрутити на різьки «вісімки», то сила тертя збільшиться до такого значення, що той, хто спускається, зовсім зупиниться.

Командна страховка здійснюється основною мотузкою зверху через гальмівний пристрій. Самостраховка і командна страховка обов'язково здійснюється у брезентових рукавицях. Страховка усіх учасників - командна.

Етап може бути організований на наявних формах рельєфу, деревах тощо. У даному випадку пропонується провести його на скелі поблизу с. Крива. За реалізацію даного етапу та забезпечення його безпеки відповідають супроводжуючі інструктори, котрі мають відповідну підготовку, навички та досвід з організації подібних заходів, знають особливості використання альпіністського спорядження, в'язання вузлів, встановлення кріплень та страхуючих систем.

Після проходження даного випробування учасники рухаються далі по маршруту до місця ночівлі поблизу с. Микуличин. Тут організовується бівуак, учасники мають змогу відпочити після насиченого навантаженнями дня. Дистанція від м. Яремче до с. Татарів, при русі водою поверхнею складає двадцять кілометрів.

На другий день подорожі пропонується наступний етап випробування – орієнтування на місцевості.

Орієнтування на місцевості - це визначення свого місцеположення відносно сторін горизонту та потрібного напрямку руху, вміння витримувати цей напрямок на шляху за допомогою різноманітних пристроїв та спеціальних приладів, а якщо їх нема - за допомогою різноманітних природних орієнтирів та предметів [100, с. 51].

З усієї різноманітності об'єктів, що зустрічаються на місцевості на шляху туриста, з метою набуття навичок орієнтування використовують природні або штучні предмети-орієнтири: точкові, лінійні, площинні [25, с. 53].

Точкові орієнтири - об'єкти що зображуються на топографічних картах поза масштабними умовними позначеннями, а на місцевості локалізуються у вигляді точки (окремі вершини, пункти геодезичної мережі, домінантні споруди, вежі, тощо).

Лінійні орієнтири - об'єкти, що мають значну довжину і зображуються на карті лінійними позначеннями (річки, канали, шляхи сполучення, лінії зв'язку та електропередач, лісові просіки, яри та урвища, берегова лінія, тощо).

Площинні орієнтири - об'єкти що мають чітко окреслені контури і займають значну площу (озера, болота, лісові галявини, ділянки сільськогосподарських угідь, населені пункти, тощо).

Розрізняють загальне і детальне орієнтування на місцевості.

Загальним називають таке орієнтування при якому відомі напрямок руху, район перебування, відстань до найближчих значних об'єктів.

Загальним орієнтуванням обмежуються тоді, коли немає необхідності в детальному вивченні території, точному визначенні точки перебування, чи в разі, коли група прямує до конкретного орієнтиру.

При детальному орієнтуванні точно визначається точка перебування спостерігача (групи), сторони горизонту і азимут руху, досліджуються навколишні географічні об'єкти, встановлюються орієнтири для подальшого руху [56, с. 93].

Орієнтування на добре знайомій території обмежується розпізнаванням об'єктів орієнтирів і вибором найзручнішого шляху для продовження маршруту. На територіях, що знайомі за описом і вивченням картографічних джерел, а також на тих, за якими наявні великомасштабні топографічні карти

чи аерофотознімки, орієнтування вимагає детальної ідентифікації об'єктів, зображених на карті, і постійного орієнтування карти відносно сторін світу. Найбільш складно орієнтуватись на зовсім незнайомих територіях, покладаючись на розповіді місцевих жителів, рукописні схеми, тощо [34, с. 33].

Орієнтуватись на місцевості найкраще та найнадійніше за картою та компасом. Однак учасникам туру пропонується орієнтування на місцевості за азимутом та точковими і лінійними орієнтирами.

Магнітним азимутом називається кут, утворений між північним напрямком магнітного меридіану (північним кінцем магнітної стрілки) та напрямком на предмет за ходом годинникової стрілки [26, с. 47].

Магнітні азимути виміряють таким чином. Треба стати обличчям в напрямку заданого предмета, після чого відпустити гальмо компасу та встановити північний кінець магнітної стрілки проти нульового відліку на лімбі

- точці півночі. В такому положенні компас вважається орієнтованим. Не змінюючи положення компасу, обертанням кришки (компас Андріанова) навести візирне пристосування мушкою на заданий предмет та проти покажчика біля неї взяти відлік по лімбі компасу. Це й буде азимут напрямку на заданий предмет.

Визначити магнітний азимут можна також і за допомогою транспортиру.

Для цього обрані по маршруту руху орієнтири з'єднують прямою лінією, але так, щоб ця лінія перетинала хоча б одну з вертикальних ліній кілометрової сітки на карті. Потім виміряють транспортиром кут від північного напрямку вертикальних ліній кілометрової сітки за ходом годинникової стрілки до напрямку на предмет. Транспортир необхідно прикладати так, щоб риска на його лінійці співпадала з точкою, де прокреслений напрямок перетинає вертикальну лінію кілометрової сітки. Розмір кута вимірюють по шкалі

транспортира там, де пряма між орієнтирами перетинає шкалу. Отриманий кут і буде азимутом [60, с. 121].

Бувають випадки, коли необхідно визначити напрямок руху (азимут), користуючись картою та рідинним компасом. Конструкція рідинного компасу дозволяє вимірювати на карті азимути з точністю до $0,5^\circ$. Щоб за допомогою цього компаса виміряти азимут якого-небудь напрямку, необхідно [38, с. 73]:

1) прикласти компас на карту таким чином, щоб масштабна шкала (ліва сторона плати) відповідала напрямку маршруту, тобто з'єднувала точки початку і кінця;

2) кільце зі шкалою повертати доти, поки настановні позначки і рівнобіжні лінії на основі колби не будуть рівнобіжні вертикальним лініям координатної сітки або напрямкам магнітних меридіанів, нанесених на карту;

3) нульова крапка шкали повинна бути установленою згідно напрямку півночі на карті;

4) проти середньої червоної лінії на платі зняти показники азимуту зі шкали. Це і буде магнітний азимут. При цьому треба стежити за тим, щоб буква «N» була звернена строго на північ, щоб уникнути помилки у вимірі кута на 180° .

Щоб азимут виміряти за допомогою годинника, необхідно цифру 12 циферблата направити на північ, потім прикласти до центру олівця (паличку, сірник) та направити його на заданий предмет. Під кінцем олівця, зверненим до предмету, відрахувати на циферблаті число годин та хвилин. Знаючи, що одне годинне ділення циферблату дорівнює 30° , а хвилинне - 6° , можна підрахувати величину вимірюваного кута [45, с. 51].

Для проходження даного етапу учасникам необхідно подолати заплановану дистанцію правильно зорієнтувавшись на місцевості та відмітившись у контрольних пунктах.

Після подолання дистанції учасники продовжують рух на плавзасобах до місця наступної ночівлі за с. Татарів. Відстань, яку необхідно подолати по воді за другий день туру складає дванадцять кілометрів.

На третій день туру після сніданку учасники починають третій етап

випробувань. Для початку вони повинні подолати струмок з використанням підвищеної мотузки (маятника).

Інколи в умовах походу виникає необхідність подолати нешироку, але глибоку перешкоду. У цьому випадку найбільш доцільно скористатися підвищеною мотузкою - маятником. Мотузка підвішується до гілля дерев, перекардини тощо, на ній можуть бути зав'язані вузли. Для випробування обирають перешкоду шириною до чотирьох метрів [81, с. 52].

Після проходження струмка учасники туру виходять на воду, долають поріг та готуються до проходження наступної ділянки. Їм необхідно потрапити на інший берег ріки використовуючи переправу по мотузці з перилами (паралельні мотузки) [54, с. 45].

В умовах змагань цей елемент використовується дуже часто. Суть його полягає у наступному: між двома деревами, що знаходяться на різних берегах річки, натягуються дві паралельні між собою мотузки. Нижня мотузка використовується у якості опори, по якій учасники переходять на протилежний берег, використовуючи самострахування так само, як при переправі по колодам – «вусом» за верхню мотузку. Рухатись по мотузці дуже складно, якщо вона не натягнута. Досвідчені спортсмени для забезпечення стійкості роблять кроки, не втрачаючи контакту з мотузкою, ковзаючи ногами по ній.

Переправу по мотузці з перилами організовує команда інструкторів, а учасникам залишається тільки правильно, з дотриманням страховки, подолати етап. Після переправ через струмок та через річку учасники туру знову виходять на водну дистанцію прямуючи до її фінішу – м. Ворохта та найважчих і захоплюючих порогів на маршруті, а також місця розбивки табору. Протяжність дистанції третього дня туру складає сімнадцять кілометрів. Поблизу м. Ворохта водна частина маршруту закінчується, спорядження для організації сплаву, катамарани, рафти, весла, засоби захисту (рятувальні жилети та шоломи) розбираються та складаються, а зранку наступного дня разом з наметами, спальниками та спорядженням для вогнища транспортуються на склад.

На четвертий день туру «Екстремальне випробування» заплановано

найцікавіший та захоплюючий етап – політ на пароплані.

Політ на пароплані - дуже захоплюючий вид не тільки спорту, але, останнім часом, і пригодницького туризму. Параплан - найлегший і маневрений

літальний апарат, мала авіація. Параплан часто плутають з парашутом, з яким

вони і справді схожі, але філософія парапланеризму зовсім інша. Не падати

вниз, щоб потім плавно опуститися на землю, а спочатку розкласти купол на

схилі вершини, потім наповнити його вітром і летіти. Так-так, саме летіти, а

якщо вже бути зовсім точним - парити, набираючи висоту і насолоджуючись ні

з чим не порівняним почуттям вільного польоту.

Щоб навчитися літати на параплані потрібен час, тому для учасників туру

пропонується політати на параплані під керівництвом досвідченого

інструктора, який покаже землю з висоти пташиного польоту.

Не менш захоплюючим є стрибки з парашутом. В основному для

екстремала, що не займається парашутизмом професійно – це вільне падіння з

подальшим польотом з випущеним парашутом самостійно або у зв'язці з

інструктором. Такі види як повітряна акробатика, фрістайл і скайсерфінг

більше відносяться до професійного спорту.

Для учасників туру «Екстремальне випробування» пропонується

здійснити базовий стрибок з круглим парашутом Д-1-5У - ознайомлювальний

стрибок, що виконується за класичною програмою навчання спортсменів-

парашутистів. Іншими словами, при підготовці до виконання пропонуваного

стрибка, туристи пройдуть один з початкових етапів програми навчання

спортсменів-парашутистів. Такого роду стрибки пропонуються усім бажаючим

у якості першого стрибка і виконуються з круглим парашутом з літака Ан-2.

Висота викидання парашутистів - 900 метрів. Швидкість зниження під куполом

5 м/с, середній час зниження 2-3 хв.

Д-1-5У - учбовий керований круглий парашут. Це значить, що після

розкриття і наповнення куполу туристи можуть керувати парашутом - виконувати

розворот куполу вліво або вправо за допомогою строп. Крім того, парашут має

горизонтальну швидкість приблизно 2,5 м/с, внаслідок чого на ньому можна

летіти у будь-якому напрямі. Розкриття парашута - примусове, тобто у момент відділення від літака витяжний фал, пристебнутий карабіном до троса в літаку, розкриває парашут. Ніякого кільця при цьому витягувати не потрібно.

Отже, заключний етап туру «Екстремальне випробування» починається або з трансферу до полонини або із зустрічі на аеродромі, що за 30 км. від м. Львів на четвертий день о 9.00, при умові підходящої погоди (немає дощу, вітер не більше 5-6 м/с). Тут учасники знайомляться з інструктором парашутного спорту, який буде упродовж декількох годин навчати важливим аспектам проведення парашутного стрибка, ознайомить з технікою, яка при цьому використовується, проведе повний інструктаж та відповідь на всі питання, які виникатимуть в процесі навчання.

Перед початком навчання всі учасники групи пройдуть медичний огляд у лікаря авіаспортклубу. Адже, для здійснення стрибка з парашутом медичні показники повинні відповідати певним вимогам. Учасники допускаються до стрибків, якщо вони не страждають захворюваннями, при яких стрибки протипоказані:

- серцево - судинні і легеневі захворювання;
- підвищений або знижений артеріальний тиск;
- ушкодження органів слуху, зору;
- нервові розлади;
- цукровий діабет;
- ниркові хвороби;
- психіатричні захворювання;
- травми черепа і захворювання опорно-рухового апарату.

При цьому вага парашутиста має бути не меншою за 45 кг і не більшою за 90 кг. Також до стрибка допускаються лише ті особи, що досягли 18 років.

Для шістнадцятирічних потрібен письмовий дозвіл батьків, з чотирнадцяти до шістнадцяти років - з присутністю батьків.

- Теоретична частина навчання включає:
- вивчення технічних характеристик парашута;

НУБІП УКРАЇНИ

- принцип дії страхуючого приладу;
- дії парашутиста в особливих випадках.

На цьому етапі навчання туристи ознайомлюються з конструкцією парашуту, його основними технічними характеристиками і особливостями.

Дізнаються про спосіб його розкриття і принципи роботи страхуючого приладу.

НУБІП УКРАЇНИ

Крім того, інструктор знайомить учасників з особливими випадками при виконанні стрибка і правилами поведінки парашутиста в повітрі.

По ходу викладу теоретичного матеріалу вони також проходять практичну підготовку. У неї входить:

НУБІП УКРАЇНИ

- відділення від літака;
- дії парашутиста в повітрі;
- дії в особливих випадках;
- приземлення;
- польове укладання парашута.

НУБІП УКРАЇНИ

Кожен з учасників під керівництвом інструктора відпрацьовує відділення від літака на макеті дверей літаючого апарату.

Стрибки з метрової і півтораметрової висоти дозволять відчутти силу удару при приземленні, а також відпрацювати правильне групування. Після

НУБІП УКРАЇНИ

приземлення парашут треба укласти в парашутну сумку, щоб потім доставити його на старт. З принципом польового укладання туристи також ознайомляться на інструктажі.

Після п'ятигодинного інструктажу група вирушає на старт. Там інструктори допомагають одягнути парашути, потім відбувається їх перевірка, лінія контролю і учасники розміщуються у літаку.

НУБІП УКРАЇНИ

Далі починається найцікавіша частина розважальної програми. Літак АН-2 йде на зліт і набирає висоту дев'яност метрів. Потім учасники групи здійснюють стрибок, який триває близько двох-трьох хвилин, приземлюються, складають парашут, як це було показано на інструктажі та відправляються на

НУБІП УКРАЇНИ

місце старту.

Після здійснення стрибка всім учасникам видаються іменні сертифікати.

які свідчать що вони виконали стрибок з висоти 90 м та ставиться відповідна оцінка. Підводяться підсумки всього туру загальною, якщо він проходив у формі змагання – визначається переможець.

Всі елементи туру можуть варіюватися залежно від бажань замовника та доповнюватися більш простими завданнями, як наприклад, переправа по купи́нах, в'язання вузлів, пакування рюкзаків, розкладання та складання палаток. Подолання даних перешкод та успішне виконання завдань свідчить про високий рівень майстерності туриста, його особисті якості: оперативність прийняття вірних рішень, відповідності дій ситуації, вміння розставляти пріоритети, сміливість та рішучість. Детально програма туру подана у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Програма спортивно-оздоровчого туру «Екстремальне випробування»

День	Розпорядок дня
1 день	09:00 Зустріч групи на залізничному вокзалі м. Яремче. Для груп з інших міст місце зустрічі визначається за бажанням.
	10:00 Прибуття на місце початку туру на березі р. Прут поблизу м. Яремче. Збирання катамаранів або підготовка рафтів. Обід бутербродами. Ознайомлення з метою та маршрутом туру, інструктаж по техніці безпеки і основам управління плавзасобами.
	12:30 Початок руху по р. Прут. Проходження шевер і порогів.
	14:00 Прибуття до скелі Довбуша. Інструктаж та проходження скелелазної дистанції. Продовження руху по водному маршруту.
	18:00 Прибуття до бівака поблизу с. Микушини. Вечеря. Вогнище, пісні, ігри, конкурси, відпочинок.
2 день	8:30 Підйом. Водні процедури.
	09:00 Сніданок. Проходження дистанції з орієнтуванням на місцевості за допомогою компаса та руху по азимуту.
	13:00 Обід. Старт водного відрізка маршруту другого дня.
3 день	17:00. Прибуття на місце ночівлі поблизу с. Татарів. Вечеря. Відпочинок.
	08:30 Підйом. Водні процедури.
	09:00 Сніданок. Проходження порогів. Долавання перешкод: перехід через струмок за допомогою підвищеної мотузки та системи маятник та перехід через ріку за допомогою паралельних мотузок.
	14:30 Початок руху по р. Прут. Проходження шевер порогів.
	17:30 Прибуття до табору в м. Ворохта
	18:00 Вечеря. Відпочинок. Огляд навколишніх архітектурних та природних пам'яток.

4 день	07:00 Підйом. Водні процедури.
	07:30 Сніданок. Складання водного та туристичного спорядження.
	8:00 Відправлення до полонини
	09:00 Прибуття на полонину. Початок навчання, інструктаж.
	11:00 Здійснення польоту на параплані.
	12:30 Вручення сертифікатів про здійснення польоту на параплані. Підведення підсумків туру. Відправлення до м. Яремче.

Отже, у даному розділі наведено реальні пропозиції, які пропонуються до запровадження на досліджуваному туристичному підприємстві «Меридіан» та є затребуваними на ринку. При цьому МКП «Меридіан» має можливість їх організувати, реалізувати, модифікувати та удосконалювати даний тур, який пропонує приймати та удосконалювати рішення, за яким спочатку відбувається планування, потім задум здійснюється, перевіряється, а результат коректується.

3.3. Розрахунок вартості туру та заходів у спортивному туризмі

На вартість туру впливає рівень попиту на даний туристичний продукт, його унікальність, якість його реалізації, маркетингова стратегія підприємства, позиціонування на ринку, його конкурентне середовище. Ціна туру формує прибуток підприємства, ілюструє його економічний бік діяльності та цінову політику. Вартість туру для споживачів коливається в межах від собівартості до ефективної прибуткової ринкової ціни. Ціна на турпродукт змінюється залежно від вартості окремих складових туру, наприклад, залежить від класу обслуговування, тривалості та сезону подорожі, додаткових послуг. На неї також впливає кон'юнктура ринку та особливості маркетингової стратегії підприємства.

Мінімальною ціною туру є його собівартість, яка включає фіксовану ціну основних послуг та поточні витрати на їх реалізацію.

Собівартість туру є сумарною ціною його складових: проживання, харчування, транспортного забезпечення, розважальні заходи та послуги страхування.

Ціна туру повинна покривати витрати на його організацію і реалізацію та приносити підприємству прибуток, який можна спрямувати на подальший його

розвиток. Разом з тим, ціна повинна бути конкурентоздатною та підтримувати попит споживачів.

Для забезпечення рентабельності реалізації нового запропонованого до запровадження Велосипедно-водного туру «м. Яремче – с. Татарів», достатнім буде утримання його ціни на рівні базового водного туру на тій самій локації у розмірі 1800 гривень. Розрахунок вартості нового перспективного туру подано у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Структура ціни на дводенний Велосипедно-водний тур

«м. Яремче – с. Татарів»

Вид витрат	Сума витрат, грн	
	на 1 особу	Мінімальна група осіб (8)
Трансфер	342	2736
Страхові послуги	21	168
Послуги супроводжуючих інструкторів	305	2440
Харчування	244	1952
Прокат спорядження	305	2440
Прибуток від продажу власного туру	583	4664
Разом	1800	14400

Прибуток від реалізації для мінімальної групи з восьми осіб становить 4664 грн., тобто 583 грн/особу, що є досить ефективним показником та забезпечує значну рентабельність у розмірі 32% від вартості туру.

Калькуляцію інноваційного пригодницького спортивно-оздоровчого туру «Екстремальне випробування» подано у табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Структура ціни на 4-х денний інноваційного пригодницького спортивно-оздоровчого туру «Екстремальне випробування»

Вид витрат	Сума витрат, грн	
	на 1 особу	Мінімальна група осіб (10)
Трансфер	304	3043
Страхові послуги	43	426

Продовження табл. 3.6

Послуги супроводжуючих (інструкторів)	609	6086
Харчування	487	4869
Прокат спорядження	913	9130
Організація польоту на пароплані (робота інструкторів, медичне страхування, паливний збір)	1500	15000
Прибуток від продажу власного туру	657	6573
Разом	4513	45130

Оскільки, даний тур є досить тривалим, певним чином унікальним для туристичного ринку Івано-Франківської області та, деякою мірою, елітарним, то його ціна у розмірі 4513 грн/особу є досить обґрунтованою та конкурентоздатною. Даний туристичний продукт приноситиме прибуток у розмірі 6573 грн з мінімальної групи у десять осіб, що обумовлено оптимальною кількістю посадочних місць у літаку для здійснення стрибка з парашутом. Даний тур цілком можливо провести для менш чисельної групи, але тоді фінансове навантаження на кожного учасника буде більшим. При проведенні туру для чисельнішої групи туристів собівартість послуги на особу буде меншою за рахунок розподілення сталої ціни трансферу між більшою кількістю туристів, що дозволить запропонувати знижки групі та забезпечити її лояльність. У випадку, коли даний тур проводитиметься з корпоративними цілями, для виявлення необхідних якостей характеру у потенційних керівників, дана ціна сприйматиметься, як інвестиція у майбутній успіх підприємства.

Висновок до розділу 3. Запропоновані тури досить ефективні з економічної точки зору, можуть суттєво збільшити прибуток підприємства, а при умові їх популярності та стабільно суттєвих об'ємах продажів створити передумови для розвитку нових, але перспективних для підприємства «Меридіан» напрямків: велосипедного та пригодницького туризму.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній магістерській роботі на тему: «Управління розвитком спортивно-оздоровчого туризму в Івано-Франківській області», було розглянуто особливості організаційно-технологічного забезпечення спортивно-оздоровчих програм у туризмі та виявлено основні шляхи їх удосконалення.

Відповідно до завдань дослідження було:

- визначено поняття спортивно-оздоровчого туризму, його різновиди, особливості, популярність у світі та в Україні, а також цінність для рекреантів;

- визначено основні форми надання туристичних послуг у спортивно-оздоровчому туризмі, їх різноманітність та особливості;

- проаналізовано фінансову та статистичну звітність досліджуваного МКП «Меридіан» для оцінки ефективності його діяльності і визначено, що економічні показники підприємства свідчать про позитивну динаміку росту обсягів продажів турів та збільшення прибутків підприємства;

- проаналізовано ситуацію на ринку послуг спортивно-оздоровчого туризму у м. Яремче та с. Микуличин; визначено, що підприємство діє на ринку з високим рівнем конкуренції, де ряд підприємств конкурують, як по рівню цін, так і по рівню якості та об'єму наданих послуг;

- запропоновано поглиблювати роботу в окремих перспективних напрямках спортивно-оздоровчого туризму, таких як велотуризм, поєднуючи його або, інколи, замінюючи ним водний туризм, тімблдінг, як досить перспективний та прибутковий напрямок корпоративного відпочинку;

- запропоновано до запровадження новий пригродницький спортивний тур, який орієнтований на досвідчених туристів, які мають достатній досвід у даному виді туризму та прагнуть чогось яскравішого, вимогливішого до фізичного стану та вольових якостей ніж вже існуючі на підприємстві тури, а також на енергійних сучасних молодих людей, які дедалі частіше прагнуть перевіряти свої вміння, мобілізувати внутрішні ресурси, співставляти власні

уявлення та знання з практичною діяльністю, реалізуючись та самостверджуючись таким чином у своєму оточенні.

Об'єкт дослідження - МКП «Меридіан» має ряд недоліків, які можна усунути застосувавши системний підхід та, можливо, залучивши на певний час сторонніх фахівців – маркетологів та психологів. Зокрема, підприємству варто

здійснювати ряд маркетингових заходів на початку туристичного сезону. Так, перед початком літнього сезону, коли з'являється попит на послуги з організації водних сплавів – основної спеціалізації підприємства на літній період, варто реалізувати потужну маркетингову програму, яка б представила

туристичне підприємство «Меридіан», як велику професійну організацію зі значним досвідом у даній сфері, яка є лідером напрямку у межах Івано-Франківської області та здатна задовольнити будь-які вимоги, як невеликих

груп любителів подібного відпочинку, так і великих компаній, які шукають можливості для організації масового корпоративного відпочинку. Починаючи з квітня необхідно обдзвонювати потенційних споживачів турпослуг з власної бази даних, пропонуючи їм нові цікаві різновиди популярних програм, їхні індивідуальні модифікації, шукати нових споживачів, наголошуючи на перевагах співпраці з підприємством «Меридіан». Для залучення нових

клієнтів, варто провести промоакції, які б дали можливість безкоштовно ознайомитися зі спеціальним спорядженням катамаранами, рафтами, організувати похідну кухню на березі водойми у прохідному місці, продемонструвати потенційним споживачам найцікавіші фотокадри з попередніх туристичних сезонів. Також варто брати участь у туристичних виставках, участь у яких свідчить про високий професіоналізм підприємства, його перспективність та амбітність.

На початку гірськолижного сезону, коли підприємство перемикається на іншу свою спеціалізацію – організацію зимового відпочинку на курортах України та закордоном, також необхідно провести маркетингову кампанію, яка б показала, що професіоналізм та досвід роботи даного підприємства дозволяє організувати найякісніший, добре відлагоджений та комфортний

гірськолижний відпочинок. Варто провести промоакцію, яка гарантуватиме певну невелику знижку або даватиме шанс виграти комплект спорядження або сертифікат на суттєву знижку на послуги підприємства.

Також підприємству необхідні послуги стороннього психолога, який би розробив ефективні програми тимбилдінгу та ознайомитися з особливостями організації подібних програм на інших підприємствах, загалом закордоном, де даний напрям вже добре розвинений та багато програм успішно запроваджено.

Також підприємству необхідно ознайомитися з послугами професійних аніматорів, дізнатися, що вони можуть запропонувати для сфери спортивно-оздоровчого туризму, як вони можуть урізноманітнити досить традиційні розваги звичайного водного сплаву. Запровадження подібних послуг, наявність їх пропозиції створить значну конкурентну перевагу на ринку активного відпочинку.

Варто зазначити, що досліджуване туристичне підприємство «Меридіан» має всі необхідні ресурси для запровадження поданих у кваліфікаційній магістерській роботі пропозицій. Їх запровадження необхідне, не зважаючи на стабільні фінансові та статистичні показники, оскільки вони надають значні конкурентні переваги та забезпечують розвиток у майбутньому.

Поставлені на початку роботи завдання вирішено, а мета даної кваліфікаційної магісторської роботи – дослідження особливостей організаційно-технологічного забезпечення спортивно-оздоровчих програм у туризмі та виявлення основних шляхів їх удосконалення – досягнута.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм: Закон України. Відомості Верховної Ради. 1995. № 31.

C. 241

2. Азарян О. М. Ринок туристичних послуг : моніторинг і розвиток комплексу маркетингу. Донецьк, ДонМУ, 2009. 243 с.

3. Бабарицька В. К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Київ, Альтерпрес, 2009. 167 с.

4. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 252 с.

5. Биржаков М.Б. Индустрия туризма. Перевозки. СПб.: Невский фонд, 2009. 194 с.

6. Богалдин – Малых В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично - ресторанные и развлекательные комплексы. Москва. Московский психолого-социальный институт, 2018. 560 с.

7. Бордун О., Мальська М. Планування діяльності туристичних підприємств. Київ, Знання, 2008. 215 с.

8. Борисов С. С. Програмный туризм. Москва, Турист, 2018. 140 с.

9. Бриггс С. Маркетинг в туризме. Київ, Знання, 2009. 135 с.

10. Бутко И. И. Туристический бизнес. Ростов-на-Дону, Феникс, 2008. 324 с.

11. Вершковский Э. В. Режиссура массовых представлений. Москва, Просвещение, 2010. 121 с.

12. Вишняк А. И., Тарасенко В. И. Культура молодежного досуга. Киев, Вышая школа, 2010. 168 с.

13. Влодарчик Б. Туристический продукт. Москва, Юнити, 2008. 259 с.

14. Волощин Н. И. Правовое регулирование в туризме. Москва, Советский спорт, 2019. 135 с.

15. Ганопольский В. И. и др. Туризм и спортивное ориентирование.

Москва, Физкультура и спорт, 2010. 240 с.

16. Гаранин Н. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации. Москва, Советский спорт, 2009. 128 с.

17. Гаранин Н. И. Менеджмент безопасности в туризме и гостеприимстве. Москва, Советский спорт, 2018. 254 с.

18. Гвозденко А. А. Основы страхования. Москва, Финансы и статистика, 2018. 168 с.

19. Грабовський Ю. А., Скалій О. В., Скалій Т. В. Спортивний туризм. Тернопіль, Навчальна книга, Богдан, 2009. 304 с.

20. Грицак Ю. П. Организация самодеятельного туризма. Харьков: Экограф, 2008. 164 с.

21. Гуляев В. Г. Организация туристских перевозок. Москва, Финансы и статистика, 2009. 215 с.

22. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. Москва, Финансы и статистика, 2009. 149 с.

23. Гуткевич С. О., Габа М.І. Організація анімаційного туризму у сільській місцевості. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2010. Вип. 1. С. 205-210.

24. Давидова О. Ю. и др. Тенденції розвитку спортивно-оздоровчого туризму. Коммунальное хозяйство городов. 2009. №89. С. 497-503.

25. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейншз. Москва, Юнити-Дана, 2019. 127 с.

26. Дмитрук О. В. Застосування маркетингових комунікацій у діяльності рекреаційно-туристичних підприємств. Актульні проблеми економіки, 2009, №9. С. 28-29.

27. Дурович А. П. Реклама в туризме. Москва, Новое знание, 2010. 232 с.

28. Дурович А. П. Маркетинг в туризме. Минск: Новое знание, 2018. 251 с.

29. Дурович А., Сергеева Т., Бондаренко Г. Организация туризма.

Москва. Новое знание, 2008. 279 с.

30. Егорычева В., Хохлов А. Спутник: 40 лет в туризме. Москва, Новое знание, 2009. 165 с.

31. Ефремова М. В. Основы технології туристского бізнесу. Москва, Вісь 89, 2009. 331 с.

32. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе. Москва, КНОРУС, 2010. 182 с.

33. Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. Москва, Издательский центр «Академия», 2009. 224 с

34. Захаров П. П. В помощь инструктору альпинизма. Москва, Знание, 2008. 245 с.

35. Здоров А. Б. Экономика туризма. М, Финансы и статистика, 2019. 159 с.

36. Зорин И. В. Феномен туризма. Москва.: Наука, 2018. 203 с.

37. Ильина Е. Н. Туризм путешествия. Создание туристской фирмы. Агентский бизнес. Москва, РИБ «Турист», 2018. 147 с.

38. Ильина Е. Н. Менеджмент транспортных услуг, Индустрия авиаперевозок. Москва Сов. Спорт, 2010. 241 с.

39. Ильина Е. Н. Организация водных путешествий, Москва РИБ «Турист», 2019. 215 с.

40. Ильина Е. И. Туроперейтинг, организация деятельности. Москва, Финансы и статистика, 2018. 256 с.

41. Исаенко Е. В., Васильев А. Г. Организация и планирование рекламной деятельности. Москва. ЮНИТИ-ДАНА, 2010. 194 с.

42. Каталимова А. Н., Бузни А. Н. Исследование потребностей в активном туризме, Культура народов Причерноморья. 2009. №121. С. 40-45.

43. Квартальнов В. А. Иностраный туризм. Москва, Финансы и статистика, 2009, 289 с.

44. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма. Москва, Финансы и статистика, 2003. 193 с.

45. Квартальнов В. А. Туризм. Москва, Финансы, 2019. 309 с.

46. Коваль П. Ф. та інші. В'їзний туризм. Ніжин, Лук'яненко, 2010.

304 с.

47. Кодыш Э. . Соревнования туристов. Пешеходный туризм. Москва,

Физкультура и спорт, 2018. 164 с.

48. Козырева Т. В. Бухгалтерский учет в туризме. Москва, Финансы и статистика, 2009. 231 с.

49. Козырева Т. В. Управленческий учет в туризме. Москва, Финансы и статистика, 2018. 205 с.

50. Козырева Т. В. Учет издержек в туризме. Москва, Финансы и статистика, 2010. 311 с.

51. Козырев В. М. Основы современной экономики. Москва, Финансы и статистика, 2019. 325 с.

52. Котлер Ф. Маркетинг, гостеприимство, туризм. Москва, Юнити, 2008. 239 с.

53. Котлер Ф. Основы маркетинга. Москва, Вильямс, 2018. 341 с.

54. Курило Л. В. Теория и практика анимации. Москва, Советский спорт, 2009. 265 с.

55. Кусков А. А., Джадаян Ю. А. Транспортное обеспечение в туризме. Москва, КноРус, 2008. 231 с.

56. Леонов Я. В. Організаційно-економічний механізм інноваційного розвитку підприємств. Запоріжжя, Освіта, 2009. 134 с.

57. Луцька Н. І. Маркетингова інноваційна стратегія розвитку туристичного бізнесу, Інвестиції, практика і досвід. 2009. №6. С. 44-45.

58. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ, Альтерпрес, 2010. 436 с.

59. Майборода Ю. Туристические перевозки, надежно и безопасно. Украинский туризм. 2009. №4. С. 32-33.

60. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ, Знання, 2008. 661 с.

61. Мельник Е. А. Организация туристской деятельности. Москва, Союз, 2008. 223 с.

62. Миронов Ю. Б. Особенности управления туристическими предприятиями специальной экономической зоны, Молодь і ринок. 2009. № 1 (7). С. 101-103.

63. Моисеева Н. К., Коньшева М. В. Управление маркетингом. Москва, Финансы и статистика, 2019. 211 с.

64. Морган Н., Причард А. Реклама в туризме и отдыхе. Москва, ЮНИТИ-ДАНА, 2018. 228 с.

65. Мунц Б. Г. та ін. Маркетинг туризму. Київ, Вид-во Європ. ун-ту. 2010. 324 с.

66. Новиков В. С. Инновации в туризме. Москва, Академия, 2009. 208 с.

67. Оболенцева Л. В., Петрова Н. Б. Туристсько-рекреаційні кластери: світовий досвід і українські перспективи. Харків, ХНУГХ, 2010. 213 с.

68. Одрехівський М. В. Валеологічні інноваційні центри: економічні проблеми створення і функціонування. Львів, Світ, 2019. 144 с.

69. Ополченев И. И. Маркетинг в туризме, Обеспечение рыночной позиции. 2009. 201 с.

70. Осипова О. Я. Транспортное обслуживание туристов. Москва, Академия, 2009. 325 с.

71. Панчак І. Туристичний бізнес та інформаційні технології, Інноваційні процеси та їх вплив на ефективність діяльності підприємств, матеріали V науково-практичної конференції. Ч. 1. Київ Укоопосвіта, 2008. С. 110-117.

72. Пащук О. В. Маркетинг послуг: Стратегічний підхід. Київ, ВД «Професіонал», 2009. 560 с.

73. Петруня Ю. Є. Міжнародний туристичний маркетинг регіону, Механізм регулювання економіки, 2009. №3-2. С. 30-31.

74. Писаревський І. М. та ін. Проблеми розвитку туризму і готельного

господарства. Харків, ХНУГХ, 2008. 251 с.

75. Писаревський І. М., Оболенцева Л. В., Погаєй С. О. Туризм і місто. Харків, ХНУГХ, 2009. 156 с.

76. Попчиковский В. Ю. Организация и проведение туристских походов. Москва, Профиздат, 2018. 224 с.

77. Правик Ю. М. Маркетинг туризму. Київ, Знання, 2008. 303 с.

78. Приезжева Е. М. Социально-культурная анимация в туризме. Москва, РИБ Турист, 2009. 120 с.

79. Рыжавский Г. Я. Биваки. Москва, ЦДЮТ, 2008. 112 с.

80. Родигин Л. А. Компьютерный бухгалтерский учёт в туристских фирмах. Москва, Советский спорт, 2009. 217 с.

81. Романенко О. В. Организация экскурсионных услуг. Культура народов Причерноморья. 2009. №176. С.159-161.

82. Сакун Л. В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира. Київ, МАУП, 2008. 399 с.

83. Скрипко Т. О. Туристичний продукт як об'єкт управління. Львів, УУ, 2009. 215 с.

84. Соболева Е. А., Соболев И. И. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы. Москва, Финансы и статистика, 2018. 215 с.

85. Стоун М. Маркетинг ориентированный на потребителя. Москва, ФАИР-ПРЕСС, 2010. 336 с.

86. Тыкул В. И. Спортивное ориентирование. Москва, Просвещение, 2010. 164 с.

87. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону, Науковий вісник Микуличинського університету. 2018. Спецвипуск 33. Частина 4. С. 124-128.

88. Ткач В. О., Корнієнко О. М. Економічна безпека туристичної сфери України в умовах глобалізації. Запоріжжя, Нова ідеологія, 2018. 135 с.

89. Ткач В. О., Кукліна Т. С. Розвиток системи маркетингу туристичних послуг. Запоріжжя, ЗНТУ, 2018. 111 с.

90. Ткаченко Г. І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Київ, Освіта, 2018. 241 с.

91. Ушаков Д. С. Прикладной туроперейтинг. Ростов-на-Дону, ИЦ «МарТ», 2008. 448 с.

92. Ушаков Д. С. Технологии въездного туризма. Москва, МарТ, 2008. 384 с.

93. Ушаков Д. С. Технологии выездного туризма. Москва, МарТ, 2009. 251 с.

94. Федорченко В. К. та ін. Педагогіка туризму. Київ, Видавничий дім "Слово", 2009. 296 с.

95. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні. Київ, Вища школа, 2019. 195 с.

96. Чудновський А. Д. Туризм і готельне господарство. Київ, КНОРУС, 2010. 350 с.

97. Чудновський А. Д., Жукова М. А. Управління індустрією туризму України в сучасних умовах. Київ, КНОРУС, 2008. 416 с.

98. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу. Київ, Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 597 с.

99. Щимановский В. Ф. Питание в туристском путешествии. Москва, Профиздат, 2010. 176 с.

100. Юликов Л. И. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. Москва, Новое знание, 2009. 167 с.

101. Явкін В. Г. Географічні аспекти розвитку туризму. Чернівці, Чернівецький національний університет, 2010. 344 с.

102. Явкін В. Г. Проблеми географії та менеджменту туризму. Чернівці, Рута, 2010. 260 с.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП **ДОДАТКИ** України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП УКРАЇНИ

Додаток А

Програма туру «Говерла + рафтинг»

1 день

Прибуття в Івано-Франківськ до 06:00. Зустріч з гідом. Трансфер в готель «Ворохта». Після прибуття сніданок, поселення. Виїзд до найвищої гори України - Говерли, інструктаж і сходження в супроводі досвідченого інструктора.



Висота найвищої вершини Українських Карпат Говерли, що в перекладі з угорської мови «Снігова гора» - 2061м. Вершина Говерли буває і серед літа вкрита снігом і тут часто змінюється погода. Є ще один туристичний маршрут поруч з Говерлюю - веде до метеостанції Пожежевська. Хто вирішить не підкорювати вершину, може залишитись у підніжжя гори отримувати задоволення від пишноти і романтичності місцевої природи. Хмари, лісові простори, гірське повітря і прекрасні пейзажі допомагають відновити сили.

Після спуску з Говерли переїзд в готель, де на туристів чекає святковий гуцульський обід - традиційне карпатське єухе вино, голубці із сметаною,

грибною юшкою з білих карпатських грибів та карпатським чаєм, завареним на чистій гірській воді.

Рекомендується завчасно замовити сауну і масаж, які допоможуть розслабитися, поділитися емоціями та враженнями, відновити сили для ще

одного цікавого дня. Тим кому захочеться ввечері відпочити активно, можна відвідати дискотеку в місцевому клубі, потанцювати, поспівати караске або прогулятися по Ворохті.



2 день

7-30 сніданок,

8-00 виїзд на екскурсії.

Тур «Горверна + Рафтинг» дає можливість вибрати відпочиваючим кілька варіантів пригод у цей день, вони всі насичені і унікальні однаково, але вибір за ними.

14-00 повернення в готель. Звільнення номерів.

14-30 обід, де можна скуштувати кращу страву національної гуцульської кухні: чинак (запечені в горщику білі гриби, дрічка, квасоля, м'ясо та картопля, заправлені смачною юшкою).

15-00 Виїзд з готелю в Івано-Франківськ, із зупинкою в Яремче на водоспаді Пробій та відвідуванням сувенірного ринку.

18-15 виїзд з Івано-Франківська



У вартість включено:

- проживання в номері зі зручностями 1 ніч;
- 2 сніданки, 1 вечора, 1 обід;
- автобусне обслуговування;
- екскурсії по програмі;
- сходження на Говерлу.

У вартість не включено:

- проїзд до Івано-Франківська і з нього;
- одномісне розміщення в номері + 150 грн;
- сауна - 200 грн./год;
- масаж - 200 грн./40 хв;
- рафтинг - 500 грн./чол. (тривалість 45 хв. - 1,5 год.);
- прогулянка на велосипеді - 50 грн за 3 години;
- оренда квадроцикла - 800 грн. (1,5 години, близько 15 км);
- катання на конях - 100 грн./год.



Сплавний кагамаран



Рафт